

POS-MAIL

März 2009

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

10. Jahrgang • 51612


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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Attraktive Geräte und neue Anwendungen



Mobiles Arbeiten bleibt weiterhin ein Wachstumsmarkt



Entdecken Sie ein neues Maß an Perfektion: Art SL.

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

LOEWE.

Früher – da war nicht nur alles früher, sondern es gab auch fein säuberlich getrennte Welten im Leben der Menschen: das Berufs- und das Privatleben, die Arbeitszeit und die Freizeit. Es gab zeitliche wie auch örtliche Fixpunkte. Doch das war, wie gesagt, früher. Heute leben wir in einer Mobilitätsgesellschaft, in der alles miteinander kombiniert wird, vieles gleichzeitig geschieht – und wir scheinbar ständig unterwegs sind. Diese Mobilität wirkt sich auch und vor allem auf den Berufsalltag vieler Menschen aus. In Zeiten, in denen kürzere Wege,

Gefragt sind ebenso mobile Konferenzlösungen, seien es Video- oder Audiokonferenzen, die sich zu jeder beliebigen Tageszeit arrangieren lassen und davon unabhängig sind, wo sich die einzelnen Teilnehmer gerade aufhalten. Und eine große Rolle spielt der mobile Zugriff auf das Unternehmensnetzwerk schließlich auch beim Abgleich von Daten. Neue Kontakte, Gesprächstermine oder das

Zurverfügungstellen von Dokumenten, die in einer Gruppe genutzt werden, laufen heute vollkommen unproblematisch von jedem Ort der Welt ab.

Das Geschäft mit Business Mobility boomt – auch im Handel. Denn mobile Mitarbeiter brauchen Geräte, mit denen sie unterwegs arbeiten können, und Transportwege, um verbal und nonverbal kommunizieren zu können. Dabei

optimierte Prozesse, schnellere Entscheidungen und verbesserte Leistungen dazu beitragen, dass sich Unternehmen von ihren Wettbewerbern abheben, ist das mobile Arbeiten zur Normalität geworden. Die Kommunikation per E-Mail, das sofortige Einpflegen neuer Kontaktdaten nach einem Kundenbesuch, die Online-Bestellung von Waren und die Überprüfung der Lieferbarkeit von Produkten sind nur einige der Beispiele für Tätigkeiten, die dank mobiler Technologien und schneller Übertragungswege möglich wurden.

spielt es keine Rolle, ob der Transportweg das Festnetz, die individuelle Mobilfunknutzung oder ein öffentlicher WLAN-Hotspot ist.

Arbeit mit dem Netbook

Längst haben Hersteller, Netzbetreiber und Diensteanbieter die neuen Ertragsmöglichkeiten erkannt. War vor einigen Jahren beispielsweise der Trend zu beobachten, Notebooks mit immer

größeren Displays auszustatten und damit insgesamt voluminöser zu bauen, so setzte bald darauf genau die gegenteilige Entwicklung ein: Reduzierte Notebooks, die bereits mobile Kommunikationsmöglichkeiten an Bord hatten oder den Zugang mit wenigen Handgriffen und dementsprechendem Zubehör ermöglichten, wurden zum Boom-Produkt. Der britische Hersteller Psion schuf

010 56 mobile
vom Handy billiger telefonieren

• vom Handy weltweit zu Festnetzpreisen telefonieren

• einfach
• sicher
• sparen

• mehr Infos www.01056mobile.de

**Menschen begeistern.
Märkte bewegen.**

Berlin, 4.-9. September 2009
www.ifa-berlin.com



tecXUS™

tecXUS Rebel Light:
→ brandneue Technologie
→ spektakulär verpackt!

Pioneer schaltet Fernseher ab

Der harte Wettbewerb im TV-Segment hat ein erstes prominentes Opfer gefordert: Pioneer stellt die Weiterentwicklung seiner Fernsehgeräte ein und wird sich bis März 2010 ganz aus diesem Markt zurückziehen. Die Fabriken in Großbritannien und den USA werden kurzfristig geschlossen. In der Unterhaltungselektronik wollen die Japaner nur noch mit Audio-Produkten, Anlagen für Diskotheken und Set-Top-Boxen aktiv bleiben und sich im übrigen als Spezialist für Car Electronics aufstellen. Für den Bereich Blu-ray/DVD wird offensichtlich ein Joint-venture Partner gesucht.



Die Entscheidung fiel vor dem Hintergrund eines miserablen Ergebnisses für das dritte Quartal (Oktober bis Dezember 2008) des laufenden Geschäftsjahres. Gegenüber demselben Zeitraum des Vorjahres fiel der Umsatz um 37,8 Prozent auf 1,14 Milliarden Euro; für die ersten neun Monate des Fiskaljahres hat Pioneer bei einem Umsatz von umgerechnet 3,98 Milliarden Euro 688 Millionen Euro Verluste angehäuft, die bis Ende des Geschäftsjahres auf über eine Milliarde Euro steigen werden. Der Umsatz im Bereich Home Electronics ging in diesem Quartal gegenüber dem Vorjahr sogar um 48,8 Prozent auf umgerechnet 447 Millionen Euro zurück; dabei entstand ein operativer Verlust von rund 85 Millionen Euro. Kein Wunder, dass sich die Verantwortlichen gezwungen sahen, die Notbremse zu ziehen.

Nicht nur für die 6.000 Pioneer-Mitarbeiter und 4.000 Zeitarbeiter, die ihre Stellen verlieren, sondern auch für den High-Tech-Fachhandel in Deutschland ist das eine schlechte Nachricht: Pioneer gehört zu den Premium-Marken, die von vielen Fachhändlern wegen ihrer konsequenten Vertriebspolitik geschätzt werden. Warum sich das am Ende nicht ausgezahlt hat, kann man von Deutschland aus spekulieren, aber nicht wissen. Eine andere Premium-Marke, Loewe, hat soeben gute Zahlen für das Jahr 2008 gemeldet, und auch Metz steht auf einem soliden Fundament. Der Ausstieg von Pioneer darf also nicht als Schwächeanfall des Premium-Segementes missverstanden werden.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

für die Produkte aus seinem Haus den passenden Begriff Netbook, der die enge Verbindung von mobilem Internet und mobilem Arbeitsplatz widerspiegelt. T-Mobile wiederum war der erste deutsche Netzbetreiber, der die Chancen des neu entstehenden Geschäftsmodells schon frühzeitig erkannte und derartige onlinefähige Geräte in sein Portfolio aufnahm. Inzwischen haben auch andere Netzbetreiber und Service Provider den Trend aufgegriffen. So sollen beispielsweise die kleinen Notebooks bei The Phone House zukünftig nicht nur zum festen Bestandteil des Sortiments werden, sondern dort, wo es räumlich einzurichten ist, auch prominent in den Vordergrund rücken (siehe PoS-MAIL 12/2008, S. 21).

Neue Mobilfunkgeräte

Es sind aber nicht nur die kleinen onlinefähigen Notebooks, die die mobile Arbeit unterstützen, sondern auch Mobiltelefone und Smartphones. Auch hier wurden durch die Integration neuer Funktionen und neuer Services voll-



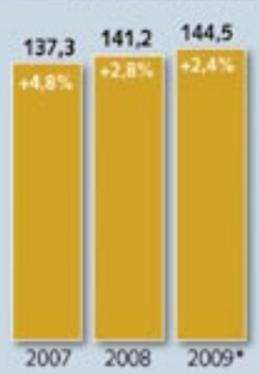
Neuheiten wie die jüngst auf dem Mobile World Congress in Barcelona vorgestellten Smartphones HTC Magic (oben links), Nokia E55 (oben rechts) und HTC Touch Pro2 (rechts) werden in diesem Jahr für weiteres Wachstum beim mobilen Datenverkehr sorgen.

kommen neue Gerätekategorien geschaffen. So ist der Blackberry mit seiner professionellen E-Mail-Funktionalität im Geschäftsleben inzwischen fast zum Standard geworden. Gleichzeitig sorgen Geräte wie Apples iPhone, das neue Google Handy G1 von T-Mobile oder das brandneue HTC Magic, das ab April exklusiv bei Vodafone lieferbar sein soll, für starkes Wachstum in der mobilen Datennutzung. Und die findet nicht nur im privaten Bereich statt.

Reden die für diesen Bereich Verantwortlichen bei T-Mobile von der Datennutzung eines iPhone-Besitzers, erfüllt ein gutgelauntes Leuchten ihre Augen, denn im Vergleich zum durchschnittlichen

Aufschwung für mobile Datendienste

Mobilfunkmarkt in Europa
Umsatz in Mrd. Euro



Marktsegmente Europa 2009*
Umsatz in Mrd. Euro



Quelle: BITKOM, EITO/DATE *Prognose
Mobile Datendienste haben in Europa inzwischen nicht nur einen großen Anteil am Gesamtumsatz der Mobilfunkanbieter erreicht, sie verzeichnen auch deutlich höhere Wachstumsraten als der Gesamtmarkt und die Sprachtelefonie.

T-Mobile-Vertragskunden nutzen iPhone Besitzer den mobilen Internetzugang um ein Vielfaches häufiger. Der Ausbau der Mobilfunknetze auf den superschnellen Übertragungsstandard HSDPA und neue Geräte, die die Nutzung des mobilen Internets erleichtern und das mobile Online-Erlebnis steigern, werden ein Übriges dazu tun, den Markt weiter anzukurbeln.

Marktwachstum

Wie der weltweite Markt für Mobilfunkdienste aussieht, hat Anfang des Jahres der Branchenverband Bitkom untersucht. Seinen Erkenntnissen zufolge, die auf aktuellen Prognosen des Marktforschungsinstituts EITO (European Information Technology Observatory, www.eito.com) basieren, wird dieser Markt im Jahr 2009 voraussichtlich um 6,6 Prozent auf 578 Milliarden Euro wachsen. Danach steigt der weltweite Umsatz mit Handy-Gesprächen um 4,2 Prozent auf 454 Milliarden Euro. Einen Boom erleben allerdings die mobilen Datendienste, die um 16 Prozent auf 124 Milliarden Euro zulegen.

„Der Mobilfunk bleibt trotz der wirtschaftlichen Krise dank neuer Anwendungen und attraktiver Geräte ein Wachstumsmarkt“, stellte Bitkom-Präsident

Prof. August-Wilhelm Scheer Anfang Februar fest. In Europa wächst der Mobilfunkmarkt im laufenden Jahr voraussichtlich um 2,4 Prozent und erreicht ein Volumen von 144,5 Milliarden Euro. Neuen Schwung bekommt die mobile Kommunikation auch hier durch den zunehmenden Datenverkehr, der fast ein Viertel des Mobilfunkumsatzes ausmacht.

In Europa wächst der Umsatz mit mobilen Datendiensten im laufenden Jahr um 8,4 Prozent auf 33 Milliarden Euro, während der Umsatz mit Mobilfunkgesprächen um 0,7 Prozent auf 111,5 Milliarden Euro zulegt.

Etwas schwächer als im Durchschnitt Europas entwickelt sich der deutsche Mobilfunkmarkt. Laut der EITO-Prognose wächst der Gesamtumsatz im Jahr 2009 um 0,3 Prozent auf 22,3 Milliarden Euro. Aber auch in Deutschland erleben Internetanwendungen für Handys und Notebooks einen Boom. Der Umsatz mit mobilen Datendiensten legt in diesem Jahr voraussichtlich um acht Prozent auf 5,5 Milliarden Euro zu.

Größter Einzelmarkt in Europa mit überdurchschnittlich hohen Wachstumsraten ist – noch vor Deutschland – Großbritannien. Die Umsätze steigen dort im laufenden Jahr voraussichtlich um 3,8 Prozent auf 26,4 Milliarden Euro. Dabei legen mobile Datendienste um 9,8 Prozent auf 7,1 Milliarden Euro. Auf Platz drei der größten europäischen Mobilfunkmärkte liegt Frankreich mit einem Wachstum von 2,8 Prozent.

Das Zukunftskonzept heißt „work anywhere“

BT stellt auf der CeBIT 2009 zum Thema mobiles Arbeiten das Konzept „work anywhere“ mit der neuen Komponente BT Unified Communications Video vor. Bei BT geht man davon aus, dass Unternehmen, die heute keine Mobility-Strategie haben, in Kürze genauso veraltet sein werden wie Unternehmen, die im Jahr 2000 keine Webseite hatten. Deshalb sollen die „work anywhere“-Lösungen von BT flexibles Arbeiten mit umfassenden Sicherheitslösungen ermöglichen. So sorgt das BT Unified Communications Video für hochauflösende Echtzeit-Videokonferenzen, um Reisekosten zu sparen und Umweltbelastungen durch Geschäftsreisen zu vermeiden. Die Videokommunikation soll mit der Inter-Company-Funktion auch über Unternehmensgrenzen hinweg mit Teilnehmern auf der ganzen Welt funktionieren.

Netbooks, Nettops, Mini-Notebooks

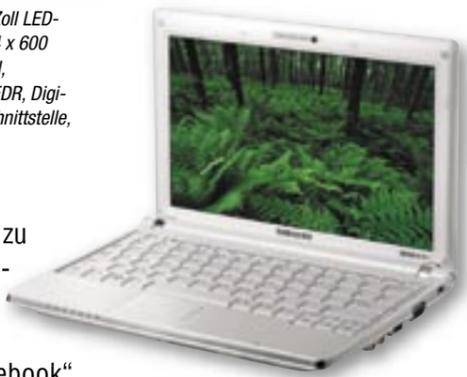
Welche Bezeichnung sie einmal tragen werden, ist noch nicht entschieden. Doch das ist ohne Einfluss auf ihre Erfolgsgeschichte: Wie Marktforscher von DisplayBank ermittelten, wurden 2008 weltweit 14,6 Millionen Stück der kleinen Mini-Notebooks mit Display-Diagonalen zwischen 7 Zoll und 10 Zoll verkauft. Jetzt sind Netbooks auf dem besten Weg, als ständig von ihrem Inhaber mit sich geführte Kommunikations-Schnittstelle und Fenster zum Internet die Welt zu erobern.

Noch vor rund einem Jahr hat es die kleinen portablen PCs als eigenständiges Produktsegment nicht gegeben. Eine offizielle Klassifizierung gibt es zwar nicht, doch weisen Netbooks einige grundlegende Merkmale auf.

- Vollwertiges Display zur Darstellung von Anwendungsfenstern aktueller Betriebssysteme und Internet-Browser.
- Komplette Tastatur, die bei der Tastenanordnung und den Sonderzeichen der Vertriebsregion angepasst ist.
- Flache Bauweise und geringes Gewicht zwischen 700 bis 1.200 Gramm.
- Kommunikations-Schnittstellen für die Verbindung mit dem Internet und lokalen Netzwerken.
- USB-Ports für Peripherie- und Eingabegeräte.
- Energiesparende CPU mit ausreichender Performance für vollwertige Betriebssysteme.
- Mindestens 512 MB Arbeitsspeicher.
- Lange Akku-Laufzeiten.
- Miniatur-Festplatte oder Solid State Drive als Massespeicher.
- Webcam, Mikrofon, Audio-Ausgang oder Lautsprecher für Chats und Video-Telefonate.
- Erwünscht: Grafik- und Video-Ausgang zur Ansteuerung von Monitor, Projektor oder TV-Gerät.

Asus EeePC S101: 10,2-Zoll LCD mit LED-Backlight und 1.024 x 600 Bildpunkten, Intel Atom CPU, 1 GB Arbeitsspeicher, 32 GB SSD, WLAN-Modul (Draft-n), Bluetooth, Webcam, Kartenleser, Akku-Laufzeit 5 Stunden, Gewicht 1.000 Gramm

Samsung Mini Notebook NC10: 10,2-Zoll LED-Backlight Non-Gloss Display mit 1.024 x 600 Bildpunkten, Super G 802.11b.g WLAN, 10/100 Ethernet LAN, Bluetooth 2.0+EDR, Digitalkamera, 3-in-1 Kartenleser, VGA Schnittstelle, USB-Anschlüsse



Die ersten Modelle kamen zu Preisen unterhalb von 400,- Euro auf den Markt. Eine Zeitlang kursierte die Bezeichnung „Billig-Notebook“. Das sagt inzwischen niemand mehr. Der Verkaufspreis von 399,- Euro trifft auch heute für einen großen Teil des Angebots zu. Inzwischen werden aber von Samsung und Sony auch Netbooks in Preisklassen bis zu 1.200,- Euro angeboten.

Am Anfang war der EeePC

Im Oktober 2007 kündigte der taiwanische Elektronik-Hersteller Asus den ersten „EeePC“ mit 7-Zoll-Display an, den „Ahnvater“ aller Netbooks. Der EeePC 4G hatte Ethernet und WLAN 802.11b/g., eine 4 GB Solid State Disc, war kompatibel zu Windows XP und kostete mit Linux Betriebssystem 299,- Euro. Der Marktstart erfolgte in Japan und kurz darauf in den



Acer Aspire One A150L: 8,9-Zoll WSVGA-Display, Intel Atom N270, 1,6 GHz, 1 GB RAM, 120 GB Samsung HDD, 3x USB 2.0, Mikrofon, SD Cardreader, 5-in-1 Cardreader, Crystal Eye Webcam, Wireless LAN 802.11b/g

USA. Nach Deutschland kamen erste EeePCs im Dezember 2007. Von Beginn an war die Nachfrage höher als die lieferbaren Stückzahlen. EeePCs wurden den Händlern wörtlich „aus den Händen gerissen“ wie sonst nur neue Spielekonsolen-Versionen. LCD-Panel-Hersteller kamen mit der Produktion der Displays nicht mehr nach.

Der kleine mobile „All in One“-Rechner war exakt das, was man „Das richtige Produkt zum richtigen Zeitpunkt“ nennt. 2008 folgten EeePC-Modelle mit Windows XP Home zum UVP von 399,- Euro und Modelle mit größeren Displays bis zu 10,2-Zoll-Bilddiagonalen.

Für die Netbooks verlängerte Microsoft sogar die bereits terminierte Laufzeit von Windows XP. Im August 2008 prognostizierten die Analysten von IDC den Verkauf von 5,6 Millionen Netbooks. Es wurden aber 14,6 Millionen. Nachdem sich die Mitbewerber im Notebook-Sektor von der ersten Schockstarre erholt hatten, brachten sie selber konkurrierende Modelle nach dem Konzept des EeePC auf den Markt.

Im Business-Einsatz zählt die ständige Erreichbarkeit

Großunternehmen lässt der Boom der kompakten Mini-Notebooks noch kalt. Marktbeobachter sehen bisher keine Anzeichen dafür, dass Firmen den Einsatz von Netbooks planen. „Die Unternehmens-Akzeptanz ist noch gering“, erklärt IDC-Analyst Bob O'Donnell. Aber kleinere und mittelständische Unternehmen zeigten bereits Interesse an dieser Geräte-Klasse. IDC schätzt, dass sieben Prozent der weltweit verkauften Netbooks ihre Käufer im Segment Small and Medium Businesses (SMB) finden. Auch in dieser Hinsicht könnten die kleinen Rechner für Überraschungen sorgen: Denn Netbooks sind für solche Anwender ideal, die es schätzen, immer und überall online zu sein, um E-Mails zu empfangen und zu bearbeiten, im Internet neueste Nachrichten zu recherchieren oder auf Dokumente und Daten zugreifen zu können, die auf Firmennetzen, Storage-Servern oder Internet-Desktops gespeichert sind. Für diesen Käuferkreis ist ständige Erreichbarkeit das entscheidende Argument.

Die nächste mit UMTS und Anti-Theft-Technologie ausgestattete Netbook-Generation hat deshalb alle Chancen, zum geschätzten, weil bequemen und jederzeit verfügbaren Zweitgerät zu avancieren.

Marktverteilung und Prognosen für Netbooks

Laut Marktforscher DisplayBank wurden 2008 von den weltweit 14,6 Millionen umgesetzten Net-

books 37,3 Prozent von Acer und 33,2 Prozent von Asus verkauft. HP liegt mit 7,5 Prozent Marktanteil auf dem dritten Platz. Samsung belegt mit 6,4 Prozent Platz 4 und Dell mit 4,3 Prozent den 5. Platz. In Europa ist Asus bei Netbooks Marktführer. Laut IDC wurden 80 Prozent aller Mini-Notebooks in Westeuropa verkauft. Wie zahlreiche Studien bestätigen, beflügeln Netbooks den gesamten weltweiten Notebook-Markt. 2008 machten Netbooks 11 Prozent aller verkauften Laptops aus. Laut DisplayBank wird sich der Anteil der Netbooks bis Ende 2009 auf 18,9 Prozent erhöhen. Trotz Wirtschaftskrise wird es für Netbooks auch 2009 zweistellige Zuwachsraten geben, erwarten die IDC Analysten. Obwohl Acer in EMEA zur Zeit Marktführer ist, bleibt Asus stark im Rennen. „Die breite EeePC-Produktpalette wirkt sich als Vorteil für Asus aus“, glaubt Eszter



Sony Vaio P-Serie: 638 Gramm, 8-Zoll Vaio X-black-LCD mit LED-Backlight und 1.600 x 768 Bildpunkten, High-Speed Mobile Broadband mit 3G-Technologie

Morvay, IDC Research Manager EMA Personal Computing Group. „Als Wachstumsmotor werden auch Mobilfunkbetreiber mit Hardware-Bundling eine wesentliche Rolle spielen. Schon jetzt gibt es Partnerschaften zwischen Geräteherstellern und Betreibern. Dieser Trend wird sich ausweiten. Größere Bildschirme und verbesserte Ausstattung werden 2009 zu einer verstärkten Nachfrage im Business-Segment führen, erwartet IDC.“

POS-MAIL INHALT

Aktuell	... 4
Neue Vermarktungschancen durch Blu-ray	... 6
Displays	... 7
Unterhaltungselektronik	... 8
Satellitentechnik	... 10
MPEG-4 für DVB-T	... 11
Panasonic filmt im AVCHD Lite Standard	... 12
Highspeed-Funktion in Casios Exilim-Kameras	... 13
	
Sony baut Cyber-shot Sortiment aus	... 14
Erste Kamera mit Super CCD EXR von Fujifilm	... 15
Telekommunikation	... 15, 24, 26
CeBIT Neuheiten	... 16
Samsung: Premium-Marke mit hohem Beliebtheitsfaktor	... 17



Samsungs LED-TV läutet neues Display-Zeitalter ein	... 18
Samsung Plasma- und LC-Displays im neuen Gewand	... 19
Neue Blu-ray Heimkino-Systeme von Samsung	... 20

6 Jahre Plus X Award – Donat Brandt im Interview	... 21
Navigation	... 24, 26
Jahresauftaktveranstaltung der Allnet-Händler	... 25



Mobilcom-debitel – ein neuer Markenname	... 27
Mobile Internet steht bei Nokia im Fokus	... 28
MP3	... 29
Expert: Gut vorbereitet in das Jahr 2009	... 29
Neue Minipod-Lautsprecher von scandyna	... 30



Audioblock GmbH mit neuem Vertriebskonzept	... 30
--	--------



Informationstechnologie	... 31, 32
Games	... 33
Brennstoffzellen als portable Energiequellen	... 34



Bußgeldquelle Verpackungsverordnung?	... 34
Kleinanzeigen	... 35
No(?)sense	... 35
Impressum	... 35

POs Aktuell

Metz erweitert Geschäftsführung

Manfred Billenstein hat seit dem 1. Januar 2009 die technische Geschäftsführung der Metz-Werke GmbH & Co. KG übernommen. Billenstein verantwortet jetzt zusammen mit der geschäftsführenden Gesellschafterin Helene Metz und dem kaufmännischen Geschäftsführer Dr. Norbert Kotzbauer die operative und strategische Entwicklung des Unternehmens. Billenstein war in der Vergangenheit unter anderem als Werkleiter eines Unternehmens der Unterhaltungselektronik tätig und fungierte zuletzt als Geschäftsführer eines mittelständischen Unternehmens für Heizungs- und Klimasteuerungen.



Manfred Billenstein

„Ich freue mich, dazu beitragen zu können, dass Metz auch in Zukunft für Qualität ‚Made in Germany‘ steht“, so Billenstein, mit dessen Hilfe die technische Entwicklung der Metz-Produkte weiter vorangetrieben werden wird.

www.metz.de

Gericke verstärkt Sony-PR-Abteilung

Seit Anfang Januar 2009 verstärkt Gerrit Gericke (32) die PR-Abteilung der Sony Deutschland GmbH als PR Manager für die Produktbereiche TV (Bravia), Home Video und Home Audio sowie Car Audio. In dieser Funktion berichtet er direkt an Silke Bernhardt, Head of PR. Gerrit Gericke kommt von der Unternehmensberatung für Kommunikation, Hering Schuppener (Düsseldorf), wo er seit 2005 als PR-Redakteur für diverse Kunden aus der CE-Industrie tätig war.



Gerrit Gericke

www.sony.de

Roth wird Marketing Officer bei Microsoft

Ab sofort besetzt Moritz Roth (37) die Position des Consumer und Online Marketing Officers bei Microsoft Deutschland. Er verantwortet die Bereiche Microsoft Windows für Consumer, Windows Mobile, Windows Live und Microsoft Live Search auf Produkt- und Marketing-Seite. Er berichtet an Dorothee Ritz, General Manager Consumer und Online bei Microsoft Deutschland. Moritz Roth obliegt das gesamte Marketing der Organisation Consumer und Online.



Moritz Roth

Darin wurden mit Beginn des laufenden Geschäftsjahres bereits alle verbrauchernahen Geschäftsaktivitäten gebündelt. Zu seinen Schwerpunkten zählen zunächst der Launch des neuen Microsoft Webbrowsers Internet Explorer 8, der weitere Ausbau der Windows Live Mes-

senger Community sowie des WinMobile Smartphone Marktes und die Fortsetzung der Windows-Kampagne „Leben ohne Grenzen“.

www.microsoft.de

Rainer Großkopf verlässt die Premiere AG

Rainer Großkopf hat aus gesundheitlichen Gründen mit sofortiger Wirkung sein Amt als Aufsichtsratsvorsitzender und Mitglied des Aufsichtsrates der Premiere AG niedergelegt. Bis zur Wahl eines neuen Aufsichtsratsvorsitzenden übernimmt Richard Roy als stellvertretender Aufsichtsratsvorsitzender kommissarisch den Vorsitz. Rainer Großkopf hatte den Aufsichtsratsvorsitz seit Gründung der Premiere AG im November 2004 inne.

www.premiere.de

Herrera leitet Samsung CTV Marketing-Team

Marcos Pérez Herrera (35) ist neuer Senior Product Marketing Manager CTV von Samsung in Deutschland. Damit verantwortet er den gesamten Marketingbereich für die Produktgruppe Business Color TV in Deutschland und berichtet direkt an Gerd Weiner, Head of Marketing Samsung CE. Unterstützung bei seiner neuen Aufgabe erhält Pérez Herrera von einem dreiköpfigen Team aus Junior Product Managern sowie einer Assistentin. Zuletzt war Herrera als Leiter der Business Unit IT-Displays für das Marketing und den Vertrieb in Deutschland, Österreich und der Schweiz bei Philips Consumer Lifestyle verantwortlich.



Marcos Pérez Herrera

www.samsung.de

Brand wird Global Director bei Harman

Harman International ernannt Mathias Brand (45) mit sofortiger Wirkung zum Global Director of Brand Communications. Das Unternehmen schafft diese neue Position, um sein globales Marketing Team auszubauen und zu verstärken. Mit Mathias Brand in dieser Funktion ebnet Harman International den Weg für eine noch bessere Koordination und Organisation der Harman Consumer Teams in den verschiedenen Ländern. Seine neue Aufgabe besteht nun in der Leitung der umfassenden globalen Markenkommunikation, welche die Gebiete Werbung, Public Relations, Messen und Point of Sale umfasst. Während der Übergangsphase wird Mathias Brand weiterhin aus der Consumer-Niederlassung in Heilbronn agieren.



Mathias Brand

www.harman-deutschland.de

Adobe mit neuem Channel-Verantwortlichen

Adobe Systems hat Hardy Köhler zum neuen Director Channel & Territory

ALPINE
Mobile Media Solutions

ex-10 iPod-Anbindung der Extraklasse!

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

Bluetooth

Mehr Infos unter www.alpine.de

Sales Central Europe ernannt. In dieser Position zeichnet Köhler für die Umsetzung der neuen Channel-Strategie des Unternehmens verantwortlich. Dazu gehört der Aufbau einer neuen regionalen Vertriebsstruktur für die Betreuung der mittelständischen Kunden in Nord-, Mittel- und Süddeutschland im Zusammenspiel mit regionalen Systemhäusern. Der 46-jährige berichtet an Fritz Fleischmann, Geschäftsführer der Adobe Systems GmbH und Senior Managing Director Central and Eastern Europe, Middle East and Africa.



Hardy Köhler

www.adobe.de

Loewe steigert Umsatz auf 374 Mio. Euro

Der Loewe Konzern konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008 (1.1.–31.12.2008) das Ergebnis vor Zinsen und Steuern (EBIT) um 35 Prozent auf rund 28,5 Mio. Euro erneut kräftig steigern. Der Umsatz ist im Berichtszeitraum mit rund 374 Mio. Euro

leicht über dem Niveau des Vorjahres. „Dank der konsequenten Umsetzung unserer Premium Strategie hat Loewe im abgelaufenen Geschäftsjahr das beste Ergebnis in der 86jährigen Unternehmensgeschichte eingefahren. Damit hat Loewe mit individuellen Heimkino-Lösungen seine Position als führende Premiummarke in der europäischen Unterhaltungselektronik weiter gefestigt“, betonte der Vorstandsvorsitzende der Loewe AG, Frieder C. Löhner. Das EBIT konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr 2008 um 7,4 Mio. Euro auf rund 28,5 Mio. Euro verbessert werden und liegt deutlich über dem Vorjahreswert von 21,1 Mio. Euro. Das entspricht einer EBIT-Marge von 7,6 Prozent, nach 5,7 Prozent im Vorjahreszeitraum. Im Vergleich zum Vorjahr stieg der Umsatz

mit LCD-TVs um 5,1 Prozent auf rund 323 Mio. Euro. Dabei haben sich die Umsätze mit großformatigen LCD-Geräten (größer 37 Zoll) sogar um 24 Prozent erhöht.

www.loewe.de

TechniSat Seminarangebot für den Fachhandel

TechniSat wird in 2009 besonders den Fachhandel weiter stärken und seine Vertriebsaktivitäten und unterstützenden Maßnahmen ausbauen. Um eine gute Beratung und Service und damit auch den Abverkauf zu sichern, ist eine gezielte Schulung des Fachhandels heute unumgänglich. Daher startet TechniSat zu Beginn des neuen Jahres mit einem breiten Angebot an neuen Schulungs-Seminaren für den Fachhandel an verschiedenen Standorten. Zum einen finden die Seminare im TechniSat Kunden- und Logistikzentrum (TKL) am Unternehmenshaupt-sitz in Daun statt. Weitere Seminare werden an den Produktionsstandorten TechniSat Teledigital AG in Staßfurt und TechniSat Vogtland GmbH in Schöneck angeboten.

Durch die erhöhte Nachfrage veranstaltet TechniSat in diesem Jahr auch Seminare in Fredersdorf bei Berlin, Rostock, Göttingen und Delmenhorst. Für TechniSat Premium-Fachhändler ist die Seminarteilnahme einmal jährlich für zwei Personen kostenfrei.

www.technisat.de

TechnoDigital Technologies gegründet

Am 16. Januar wurde die TechnoDigital Technologies GmbH, Erfurt, gegründet. Hauptgesellschafter sind der Erfurter Unternehmer und ehemalige Vorstandsvorsitzende der TechnoTrend Gruppe, Dr. Heiko Kieser, und der geschäftsführende Gesellschafter der TechniSat Firmengruppe, Peter Lepper. Dr. Heiko Kieser ist größter Gesellschafter und Sprecher der Geschäftsführung. Als weitere Geschäftsführer wurden Markus Hüp (bisher Projektmanager bei TechniSat Digital GmbH) und Axel Mack (bisher Vice President Sales in der TechnoTrend-Gruppe) berufen. Die TechnoDigital Technologies GmbH entwickelt am Standort Erfurt hochwertige digitale Set-Top-Boxen für alle europäischen Märkte.

www.technodigital.de

Über eine halbe Million IPTV-Kunden

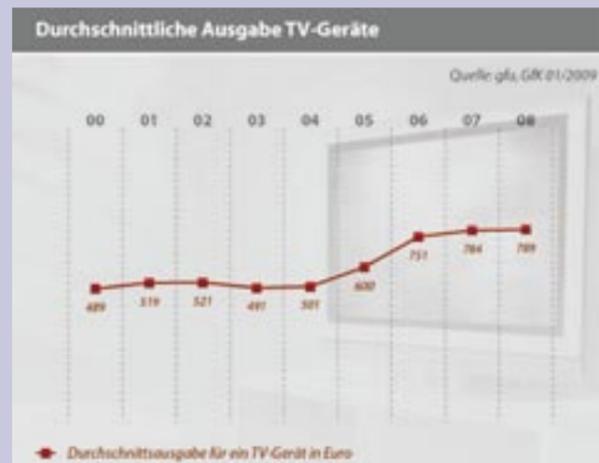
Ende 2008 nutzten bereits 536.000 Kunden in Deutschland IPTV, Fernsehen über das Internet. Die Zahl der Haushalte mit Internet-Fernsehen entwickelt sich rasant. Im letzten Jahr hat sich die Kundenzahl fast verdreifacht. Ende 2007 gab es in Deutschland 180.000 IPTV-Kunden. Trendtreiber sind unter anderem moderne Flachbildschirme mit hoher Auflösung. Die Hersteller von Flachbild-Fernsehern reagieren auf diese Wünsche und integrieren Internetanschlüsse in ihre neuen Modelle. Auf diesen Fernsehern der neuesten Generation kann wie gewohnt über Internet-Browser im Netz gesurft werden. Bitkom-Vizepräsident Achim Berg ist überzeugt: „Das Internet kommt jetzt ins Wohnzimmer.“

www.bitkom.de

TV-Käufer geben mehr Geld für größere Formate und Qualität aus

Der Technologiewandel bei Fernsehgeräten von der Bildröhre zu flachen TVs hat zu einer deutlichen Steigerung des Durchschnittspreises aller verkauften Geräte geführt. 2008 lag dieser Wert mit 789 Euro auf dem bislang höchsten Niveau. Im Jahr 2000 lag der Durchschnittspreis aller verkauften TV-Geräte beispielsweise bei 489 Euro und somit um exakt 300 Euro niedriger als 2008. Betrachtet man die Flat-TVs separat, so investierten die Bundesbürger im Jahr 2008 für ein LCD-Gerät durchschnittlich 833 Euro und für ein Plasma-Gerät durchschnittlich 1.092 Euro.

Die Differenz zum Durchschnitt aller verkauften Fernsehgeräte ergibt sich aus dem zwischenzeitlich auf 177 Euro gefallenem Durchschnittspreis der Röhrengeräte. Bei den verkauften Flat-TV-Geräten ist seit Anfang 2006 ein Trend zu größeren, höherpreisigen und zukunftssicheren Modellen zu verzeichnen. HDTV-taugliche Fernsehgeräte, erkennbar am Qualitäts-Signet „HD-ready“ und „HD-ready 1080p“ (Full-HD), dominieren inzwischen das Geschäft bei den Flat-TVs über 26 Zoll (66 cm) Bild diagonal. Dies sind ebenfalls Ursachen für die gestiegenen Durchschnittspreise. Die gfu rechnet nach ersten Erhebungen für das Jahr 2008 mit mehr als sechs Millionen verkauften Flat-TVs. Beim Umsatz mit Fernsehgeräten entfielen 2008 in Deutschland bereits über 95 Prozent auf die flachen Bildschirmtechnologien. Dazu trugen LCD-TVs mehr als 80 Prozent bei. Insgesamt rechnet die gfu für das Jahr 2008 mit etwa sieben Millionen verkauften Fernsehgeräten. Zum Jahresende 2008 verzeichneten die Marktforscher insgesamt mehr als 15 Millionen LCD- und Plasma-TVs in den deutschen Haushalten. Davon sind über elf Millionen für die Darstellung des hochauflösenden Fernsehens HDTV geeignet. Anders ausgedrückt: 40 Prozent der deutschen Haushalte haben einen Flat-TV und in rund 30 Prozent der Haushalte können bereits hochauflösende Bilder wiedergegeben werden.

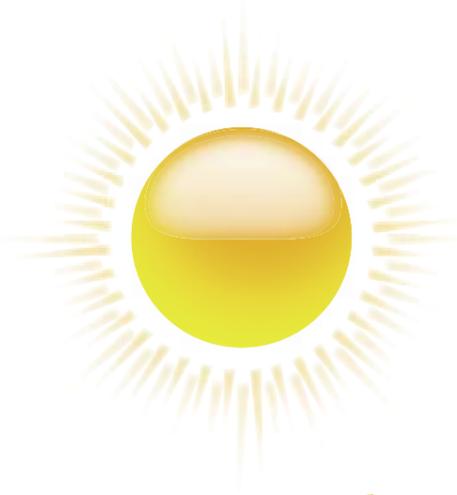


www.gfu.de



Kodak
Adaptive
Picture Exchange

Die ultimative modulare und skalierbare Drylab-Lösung



“Entscheidender Vorteil des APEX-Systems ist die Perfect Touch Technologie, die Fotos automatisch bearbeitet und optimiert. Unseren Mitarbeitern spart das System sehr viel Zeit, da es sehr einfach verständlich ist. Jeder Kunde kann seine individuellen Fotoprodukte selbst erstellen und wenige Minuten später mit nach Hause nehmen.”

Stephan Hund, Junior Chef, Foto-Hund GmbH, Offenburg.

Vorhersage: Sonnig.

Das mehrfach preisgekrönte KODAK Adaptive Picture Exchange (APEX) benötigt keine Chemikalien¹ und verbraucht im Vergleich zu AgX-Minilabs² 70-90% weniger Energie. Es ist zuverlässig, flexibel, benutzerfreundlich und sehr effizient. In Kombination mit unseren KODAK Picture Kiosken können Sie dank APEX über 500 verschiedene Produkte, erstellt mit unseren exklusiven Thermaldruckmedien, anbieten. Aus diesen und weiteren Gründen werden Sie mit APEX Ihren Umsatz erhöhen! Vereinbaren Sie noch heute Ihren Vorführtermin. Rufen Sie an unter **0711 / 406 - 0** schreiben Sie eine E-Mail an **de-ccc@kodak.com** oder besuchen Sie **www.kodak.com/go/apex**

EXKLUSIVES ANGEBOT
BIS 30. APRIL 09!

Beim Kauf eines KODAK Adaptive Picture Exchange 70 (APEX) erhalten Sie einen KODAK DL2100 Duplex Printer (KODAK Listpreis 3.172 € zzgl. MWST) gratis dazu.*

Profitabel

Anpassbar

Effizient

Einfach

Bewährt

Umweltfreundlichere Bilder³



APEX 30



APEX 70



³ Weniger Energie und chemiefrei im Vergleich zu AgX-Minilabs.

© Kodak, 2009. Marke: Kodak. **1.** Chemiefreie Verarbeitung im Vergleich zu AgX-Minilabs. **2.** Energieersparnis basierend auf Tests mit Minilabs Fuji Frontier 340, Fuji Frontier 570, Noritsu QSS2711, Gretag Master Lab 742 bei typischer täglicher Druckmenge. Ergebnisse basierend auf Stromverbrauch. Die tatsächlichen Ergebnisse können variieren. *Kaufen Sie ein KODAK Adaptive Picture Exchange 70 (APEX) zum Preis von 25.579 € (KODAK Listpreis zzgl. MWST) und erhalten Sie einen KODAK DL2100 Duplex Printer (KODAK Listpreis 3.172 € zzgl. MWST) gratis dazu. Oder kaufen Sie ein KODAK Adaptive Picture Exchange 30 (APEX) zum Preis von 18.766 € (KODAK Listpreis zzgl. MWST) und erhalten Sie einen KODAK DL2100 Duplex Printer für die HALBTE des Preises (KODAK Listpreis 3.172 € zzgl. MWST; Hälfte des Preises: 1.586 € zzgl. MWST). Sie können von diesem Angebot nur durch Kauf profitieren. **Das Angebot endet am 30.04.09.** Das Angebot kann auch nicht mit anderen Werbeangeboten in Bezug auf KODAK Adaptive Picture Exchange (APEX) kombiniert werden. Fragen Sie Ihren Kodak Ansprechpartner nach weiteren Details.

Kodak

Neue Vermarktungschancen durch Blu-ray

Kinofeeling verkaufen

Flachbildschirme, Abspielgeräte und Spielfilme auf Blu-ray-Disc sind das Dreigestirn künftiger Home-Entertainment-Systeme. Der kommende DVD-Nachfolger Blu-ray könnte dem Absatz von Heimkino-Produkten aller Art einen zusätzlichen Schub verleihen. Denn erst die neue Speichertechnik macht das High-Definition-Sortiment im Handel komplett.

Der Absatz von Flachbildschirmen in Deutschland soll in diesem Jahr laut GfK die 6-Millionen-Grenze überschreiten. Neben den üblichen Argumentationen steht dem Handel mit der Blu-ray jedoch mittlerweile ein weiteres entscheidendes Argument für jedes Verkaufsgespräch zur Verfügung.

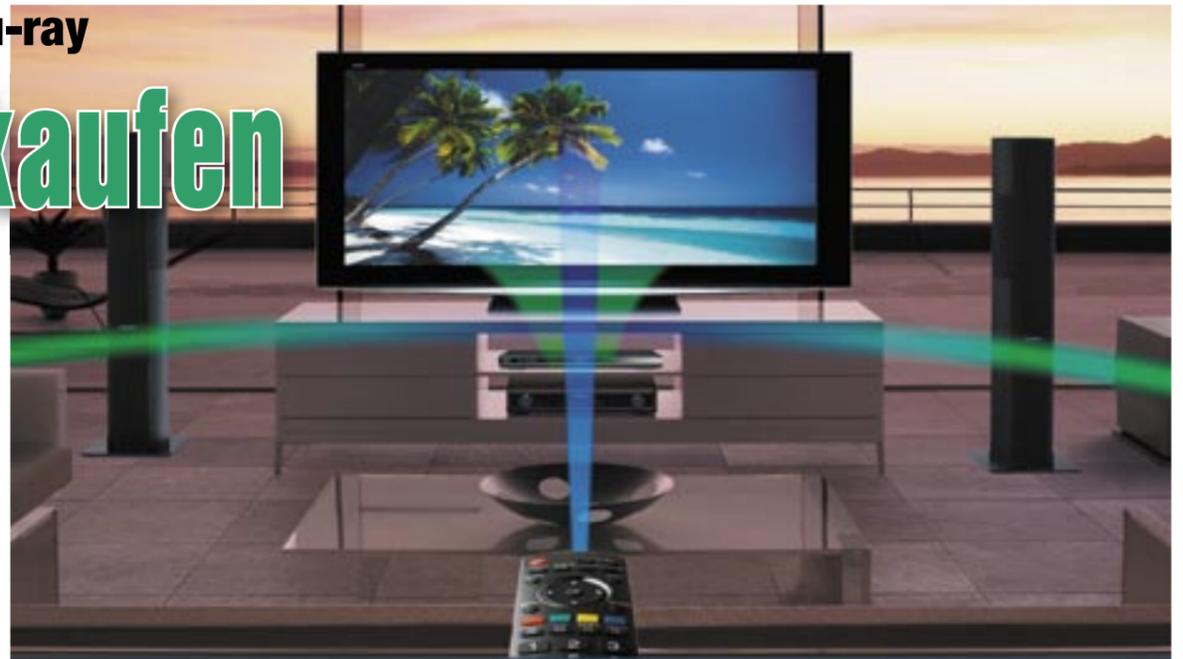
Blu-ray liefert den Content

Denn was nützt das beste Full-HD-Display, wenn der notwendige Content fehlt. Neben den „Full-HD“-Camcordern liefert nur die Blu-ray-Disc, abgesehen von dem Pay-TV-Sender Premiere, hochauflösende Inhalte zum „Full-HD“-Fernseher. Und genau das könnte ausschlaggebend sein, wenn der potentielle Kunde überlegt, einen neuen LCD- oder Plasma-Flach-

bildfernseher zu kaufen. Noch Anfang letzten Jahres war die Situation eine andere. Denn da hatte der Fachhandel und in letzter Konsequenz auch der Verbraucher überhaupt keine Planungssicherheit bezüglich der Zukunft von HDTV. Aufgrund des seinerzeit noch relevanten Formatstreites zwischen HD-DVD und Blu-ray wusste der Handel weder, wie schnell sich ein DVD-Nachfolgeformat für hochauflösende Filme durchsetzen könnte, noch welches dieses sein würde.

Mehrwert für den Kunden

Hinzu kommt die Tatsache, dass sich vorläufig die Sendeanstalten bezüglich HDTV zurückhalten. Sat1 und Pro7 wollen bis auf weiteres von der Ausstrahlung hoch-



auflösender Inhalte Abstand nehmen, und ARD sowie ZDF werden ihr HDTV-Programm erst im kommenden Jahr starten. Mittlerweile bringen die großen Filmstudios ihre neuen Filme neben der bekannten DVD auch auf Blu-ray heraus. Entsprechend macht die Disc den Kauf eines Blu-ray-Players wieder attraktiver, da das wesentlich bessere Bild, verbunden mit Kino-ähnlichen Soundeffekten, einen echten Mehrwert für den Verbraucher darstellt.

Für den Handel sind die neuen Produkte die ideale Ergänzung seines Heimkino-Sortiments. Blu-ray-Player, -Discs und Flachbildschirme gehören für das perfekte

Home-Cinema-Erlebnis untrennbar zusammen und beflügeln sich gegenseitig am PoS. Denn wer einen Teil der Geräte besitzt, benötigt für das volle Erlebnis auch den Rest der Kette.

Heimvernetzung wird interessanter

„Die Blu-ray-Disc wird langfristig außerdem die DVD in IT-Anwendungen ersetzen und die Heimvernetzung weiter vorantreiben. Weder Industrie noch Handel müssen sich Sorgen machen, dass die Abspielgeräte unbenutzt bleiben“, so Silke Bernhardt, Unternehmenssprecherin Sony Deutschland. „Dies ist in erster

Die Blu-ray-Disc ist momentan ein ganz wichtiger Content-Lieferant für Blu-ray-Player und Full-HD-Fernseherlebnis. Damit bekommt man auch ein wichtiges Argumentationsmittel im Verkaufsgespräch pro Full-HD an die Hand.

Linie auf die kontinuierlich steigende Auswahl an hochklassigen Filmen zurückzuführen. Derzeit sind mehr als 700 verschiedene Blu-ray-Titel in Deutschland erhältlich. Auf Blu-ray-Discs lassen sich nicht nur Filme in High Definition Qualität speichern, sondern auch viele interaktive Extras nutzen. BD Live beispielsweise erweitert das Anwendungsspektrum, indem man Interviews, Making-of Material und Spiele zum Film aus dem Internet auf den Blu-ray-Player laden kann.“

Markt: Hard- und Software erreichen den Verbraucher

Blu-ray wird attraktiver

Schon mehr als eine Million Exemplare der neuen Heimkino-Scheiben wurden in Deutschland verkauft. So lagen die Abverkäufe im Oktober und November letzten Jahres mit Rekordmarken bis zu 80.000 Exemplaren in einer Woche weit über dem Durchschnitt der Vormonate.

Die Veröffentlichung von Blockbustern wie „Sex and the City“ hat den Bekanntheitsgrad von Blu-ray weiter gesteigert. Auch die Filmindustrie akzeptiert das neue Format und bringt neben aktuellen Kino-Highlights immer mehr Klassiker auf Blu-ray-Discs heraus, die in keiner Sammlung fehlen dürfen.

Über 700 Blu-ray-Titel

So gibt es neben der neueren James-Bond-Episode „Casino Royale“ auch schon viele ältere Abenteuer des britischen Doppelnull-Agenten als Blu-ray-Editionen in feinsten High-Definition-Auflösung. Derzeit gibt es über 700 deutschsprachige Filmtitel auf Blu-ray-Disc im Handel. Filme

auf Blu-ray-Disc sind je nach Ausgangsmaterial in der Lage, kleinste Details wesentlich schärfer als DVD-Produktionen darzustellen. Der Qualitätsvorsprung zeigt sich vor allem auf großformatigen, hochauflösenden Flachbildschirmen. Hinzu kommen erweiterte Surround-Formate. Filme auf Blu-ray-Disc bieten oft bis zu sieben verlustfrei codierte Tonkanäle und einen zusätzlichen Tiefton-Effektkanal.

Kino im Wohnzimmer

So lassen sich auch im Wohnzimmer Soundeffekte reproduzieren, wie man sie sonst nur aus dem Kino kennt. Kein anderes Medium kann die Qualitätsreserven hochkarätiger Flachbild-Fernseher und

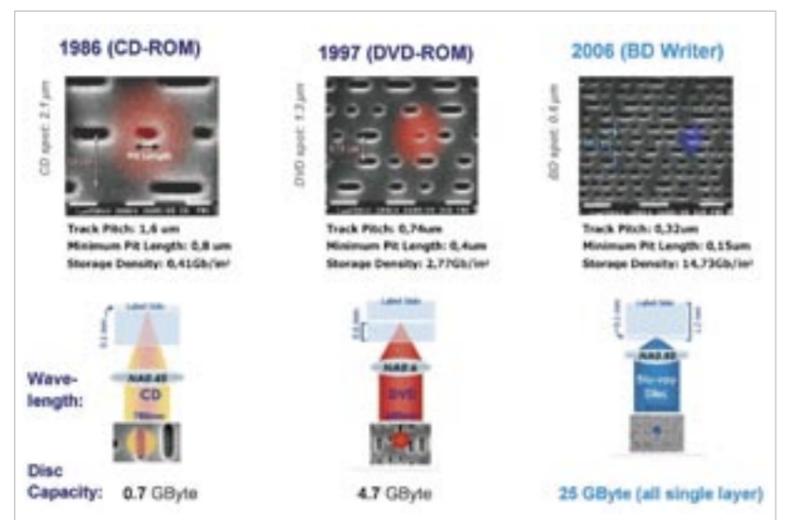
leistungsstarker Heimkino-Anlagen derart ausschöpfen wie die Blu-ray-Disc.

Ausgereifte Technik

Ein weiteres wichtiges Kriterium ist die ausgereifte Technologie der Blu-ray Disc-Player. Die aktuellen Gerätemodelle verfügen über eine umfassende Ausstattung, mit der sich das Potential des Mediums uneingeschränkt erschließt. So ermöglicht die Funktion „Bonus View“ Bild-im-Bild-Darstellungen, womit sich während eines laufenden Films Zusatzinformationen oder Kommentare auf dem Bildschirm einblenden lassen.

Bekannte Handhabung

Vor allem für den Endverbraucher ist die Ähnlichkeit mit der Audio-CD und der DVD als bekanntem Produkt für eine steigende Akzeptanz sehr wichtig. Man muss sich an keine neuen Verfahren bei der Handhabung der Disc gewöhnen, und auch die grundlegende



Annähernd im Zehn-Jahres-Rhythmus haben sich die Speicherkapazitäten der Silberscheiben seit dem Erscheinen der ersten CD vervielfacht. Innerhalb der letzten beiden Jahre erreichte die Blu-ray-Disc bereits eine Kapazität von bis zu 54 Mbyte, die ihr vor allem als Medium für HD-Content den Weg ebnet.

Bedienung der Player entspricht der der DVD- oder CD-Player. Darüber hinaus erlauben alle aktuellen Player die Ausgabe der bewegten Bilder im Format 24p. Damit werden die Filme mit 24 Einzelbildern je Sekunde dargestellt, was der ursprünglichen Aufnahme mit der Filmkamera entspricht.

Daraus ergeben sich besonders flüssige und natürlich wirkende Bewegungsabläufe bei der Bildwiedergabe. Die digitale Bild- und Tonschnittstelle HDMI leitet sämtliche digitalen Tonformate ohne Qualitätseinbußen an einen ange-

schlossenen Heimkino-Receiver weiter.

Besonders gut ausgestattete Player gehen sogar ins Internet: Über eine eingebaute Netzwerkschnittstelle holen sie zusätzlich aktuelle Informationen zum Film aus dem World Wide Web und zeigen sie auf dem Fernsehschirm an. Oder sie nehmen Kontakt zu speziellen Chat-Räumen auf, in denen sich Cineasten über den in ihren Playern rotierenden Filmtitel austauschen. Geräte mit dieser Funktion erkennt man an der Kennzeichnung „BD Live“ in den Produktinformationen.



Leichter Preisanstieg für LCD-Monitor Panels

Für den letzten Monat des ersten Quartals prognostiziert der Marktbeobachter DisplaySearch einen weiteren sanften Anstieg der Preise für Monitor-Panels, nachdem diese als Folge des verringerten Angebots durch selbstauferlegte Produktionsbeschränkungen in der ersten Februar-Hälfte um 1 bis 2 US-Dollar je Panel teurer geworden sind. Eine spürbare Belebung der Nachfrage auf dem Monitor-Markt zeichnet sich jedoch nicht ab, berichtet DisplaySearch. Bei den auf niedrigem Niveau verharrenden Preisen für TV-Panels ist keine Veränderung erkennbar, obwohl die Gerätehersteller damit beginnen, Lagerbestände wieder zu erhöhen und gelegentlich bei 16:9-Panels schon Angebotslücken auftreten. Deshalb kaufen Fernsehgeräte-Hersteller zunehmend auch Monitor-Panels für die Produktion von Flach-TV-Geräten ein, um die als Folge der weltweiten Wirtschaftskrise einsetzende Verlagerung der Nachfrage auf kleinere LCD-TV-Geräte bedienen zu können. Die meisten Panel-Hersteller produzieren weiterhin mit geringer Auslastung ihrer Produktionskapazität, weil die Abgabepreise derzeit unterhalb der Produktionskosten liegen.

„All in one“-PC Nachfrage beschleunigt LED-Einsatz bei Monitoren

Die zunehmende Popularität von All in one PCs wird in diesem Jahr zu einem unerwartet schnellen Vordringen von LED-Hintergrund-Beleuchtungen bei Computer-Monitoren führen, sagen Marktbeobachter voraus. LED-basierte Backlights ermöglichen den Bau besonders flacher LC-Displays, in deren Gehäuse selbst bei schlankem Geräte-Design ausreichend Platz für den Einbau der PC-Komponenten bleibt. Der Anteil von All in one PCs am globalen Monitor-Markt wird laut Prognosen von Digitimes in diesem Jahr 5–10 Prozent erreichen. Als die Notebook-Hersteller mit dem Einbau LED-basierter Hintergrundbeleuchtungen begannen, rechneten Marktexperten damit, dass der Monitor-Markt beim Umstieg auf LED-Backlights übersprungen würde und sich die neue Technologie als nächstes bei LCD-Flach-TV-Geräten durchsetzen werde. Doch jetzt wird Monitoren mit LED-Backlight für 2009 ein Anteil von 3,5 Prozent vorausgesagt. 2010 sollen dann 9 Prozent und im Jahr 2011 schon 26 Prozent aller Monitore mit der modernen LED-Hintergrundbeleuchtung ausgestattet sein.

Panel-Hersteller CMO steigert Umsatz um 5%

Wie der Marktbeobachter Digitimes in seinem Februar-Report berichtet, hat der taiwanische Panel-Hersteller Chi Mei Optoelectronics (CMO) seinen Umsatz im Januar entgegen dem aktuellen Trend um 5 Prozent gegenüber dem Vormonat gesteigert. Im Jahresvergleich lagen die Umsätze jedoch im Januar 2009 mit 331,77 Millionen US-Dollar 60,29 Prozent niedriger als im Januar 2008. CMO hat im ersten Monat dieses Jahres 3,41 Millionen großformatige LCD-Panels

und 3,41 Millionen „Small to medium Size“-Panels verkauft.

LG Chem Ltd. adoptiert Glas-Technologien von Schott Solar

Wie Reuters, Seoul, berichtet, will die LG Chem Ltd., Südkoreas größter Hersteller von chemischen Produkten, zukünftig Glas-Technologien des deutschen Spezialisten Schott Solar zur Produktion von LCD-Glas-Substraten einsetzen. Details der vereinbarten geschäftlichen Zusammenarbeit wurden von den Partnern noch nicht bekanntgegeben. LCD-Muttergläser (Glas Sheets) sind bei der Herstellung von LCD-Flach-TVs und Computer Monitoren das wichtigste Ausgangsmaterial. „Die Herstellung von LCD-Glas wird zum nächsten großen Wachstumsmotor für die Electronic Material Division von LG Chem Ltd., gefolgt von Polarisations-Folien, -Gläsern und Batterien“, wurde in einem offiziellen Statement der LG Chem Firmenleitung bekanntgegeben.

Die Produktpalette von LG Chem erstreckt sich von Bodenbelägen über Bauteile für die Automobilindustrie bis hin zu Akkus und Batterien, die bisher das wichtigste Produkt des petrochemischen Zweigs des Unternehmens waren, aber auch von der schwachen weltweiten Nachfrage betroffen sind. Weltweit größter Hersteller von LCD-Glas ist Corning Inc., gefolgt von den japanischen Produzenten Asahi Glass und Nippon Electric Glass. Das US-amerikanische Unternehmen Corning produziert in einem Joint-venture zusammen mit Samsung Electronics Co. Ltd. auch das LCD-Glas für koreanische Panel-Hersteller. Corning bedient, zusammen mit dem Produktionsausstoß des Samsung-Joint-ventures 55 Prozent des weltweiten Marktes für LCD-Glas. Asahi Glass hält 23 Prozent and Nippon Electric Glass 18 Prozent des globalen Marktes, der laut Berechnungen von Display Search ein Volumen von 12,68 Milliarden US-Dollar erreicht.

Chi Mei Optoelectronics verschiebt Bau der 8.5G Panel-Fabrik

Der LCD-Panel-Hersteller Chi Mei Optoelectronics (CMO) hat die Fertigstellung und den Produktionsstart seiner neuen 8.5G Produktionsanlage für LCD-Panels auf unbestimmte Zeit verschoben. Zahlreiche Mitglieder des neuen Teams sind vorerst wieder an ihre ursprünglichen Positionen in dem taiwanischen Unternehmen zurückgekehrt. Das berichtet die chinesisch-sprachige Zeitung „Economic Daily News“ (EDN). Laut einem Report des Marktbeobachters Digitimes hat CMO der taiwanischen Börse Taiwan

Stock Exchange (TSE) schriftlich mitgeteilt, dass der Termin der Fertigstellung der 8.5G-Anlage und das Anfahren der Produktion „flexibel mit der weiteren Entwicklung und den Gegebenheiten des Marktes abgestimmt wird“. Die Economic Daily News berichtet, dass CMO mit der Installation der Maschinen und Produktionsvorrichtungen fortfahre und lediglich einen günstigeren Zeitpunkt für das Anfahren der Produktion abwarten wolle.

Der Panel-Hersteller hatte im vergangenen Jahr mit dem Einbau der Produktionsanlagen für die erste Ausbaustufe der Fabrik begonnen, die einen monatlichen Produktionsausstoß von 30.000 Glas-Substraten vorsieht. Die Aufnahme der Produktion war für Ende 2009 geplant. Dieser Termin wurde laut Nachrichten aus gut informierten Industriekreisen auf das Jahr 2010 verschoben. Die Pläne für die zweite Ausbaustufe der neuen Panel-

Abschwächung beibehalten: AUO hat seinen Mitarbeitern mitgeteilt, dass man die Anzahl und die Dauer der unbezahlten Beurlaubungen flexibel der jeweiligen Nachfrage anpassen werde. CMO erklärte auf Anfragen hin, dass nur ein Teil der CMO-Mitarbeiter die Beschäftigung wieder aufnehmen konnte. Solange der Auftragsbestand nur für ein bis zwei Monate Vollbeschäftigung ausreicht, werde man die jetzige Regelung in Kraft lassen. AUO hat im Januar gegenüber Dezember 2008 einen Umsatzrückgang von 10,1 Prozent hinnehmen müssen und 178.000 Large size Panels weniger verkauft als CMO, die im Januar 5,71 Prozent mehr Umsatz als im Dezember erzielt haben.

Chunghwa Picture Tubes reorganisiert sein TFT/LCD-Geschäft

Nach Verlusten im vierten Quartal 2008 und dem Jahresergebnis für 2008 hat der LED-Panel-Hersteller CPT (Chunghwa Picture Tubes) mit einem Umbau seines Unternehmens und der Reorganisation aller operativen Bereiche begonnen, teilte James Wu, CFO des Unternehmens, mit: CPT will sein LCD-Monitor-Panel Geschäft mit dem LCD-TV-Panel-Department zusammenlegen. Die Leitung dieses neuen Geschäftsbereichs übernimmt Wen-Chang Chiang, Vize Präsident Chunghwa Picture Tubes. Das Netbook-Segment soll aus dem Small to

CPT wird größter Aktionär von Mindong Electric China

Der TFT/LCD-Panel-Hersteller Chunghwa Picture Tubes (CPT) wird mit 75,04 Prozent der Aktien-Anteile offiziell größter Aktionär der Mindong Electric in China. Mindong Electric wird der erste an der chinesischen Börse gehandelte LCD-Panel Hersteller sein. CPT plant, das Unternehmen Mindong Electric in einen LCD-Modul-Hersteller umzuformen und will seine eigenen, in China ansässigen LCD-Modul-Fabriken in Fuqing, Fuzhou, Shenzhen und Wujiang in Mindong Electric eingliedern. Die LCD-Modul-Fabriken von CPT in China produzieren 90 Prozent der Modul-Gesamtkapazität CPTs in der Größenordnung von 3–4 Millionen LCD-Modulen monatlich. CPT ist gleichzeitig auch größter Aktionär von Xiamen Overseas Chinese Electronics (Xoceco). Der Hersteller Xiamen Overseas Chinese Electronics liefert unter dem Markennamen Xoceco TV-Geräte für den chinesischen Inlandsmarkt und exportiert TV-Geräte unter diversen anderen Markennamen oder an OEM-Kunden. Wie CPT mitteilt, hat Xoceco, Markengeräte und OEM-Produkte zusammengenommen, in 2008 monatlich 700.000–800.000 TV-Geräte produziert. CPT selbst erwartet laut eigenen Aussagen für 2009 ein Wachstum von 60 Prozent bei TV-Geräten mit Schwerpunkt bei Geräten mit Bild diagonalen von 19 Zoll, 22 Zoll and 26 Zoll.

JVC Super-Thin LCD-Technologie reduziert Materialverbrauch um 50%

Die neuen, von JVC (Victor Company of Japan, Ltd.) entwickelten ultradünnen LCD-TVs mit „Next-Generation“-Technologie erfordern bei ihrer Produktion einen 50 Prozent geringeren Materialeinsatz als vergleichbare Modelle der aktuellen TV-Geräte-Generation von JVC und benötigen rund 10 Prozent weniger Einzelteile für das LCD-Modul. Die Verwendung von LEDs als Lichtquelle für die Hintergrundbeleuchtung vermeidet vollständig den Einsatz von Quecksilber und reduziert spürbar den Energieverbrauch.

Das energieeffiziente Display stellt Bildinhalte mit hoher Auflösung, spürbar erweitertem Farbraum, gleichmäßiger Helligkeit und hohem Kontrastverhältnis dar. Die geringe Gerätetiefe von nur 7 mm bei einem 28 Zoll oder 32 Zoll großen TV-Gerät und das leichte Gewicht von lediglich 5 kg ermöglichen mehr Flexibilität beim Design und erleichtern die Aufstellung oder Anbringung von Flach-TV-Geräten in Räumen und Umgebungen, an denen voluminösere Displays mit größeren Abmessungen gar nicht oder nur mit Schwierigkeiten einsetzbar sind. JVC will die neuentwickelte Technologie baldmöglichst kommerzialisieren, um neue umweltfreundliche und hochqualitative Produkte für den modernen Visual Lifestyle auf den Markt zu bringen.



Resolution+
HD-Feeling jetzt erleben

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

www.toshiba.de/consumer

REGZA™

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

fabrik werden ohne Festlegung eines Termins aufrechterhalten.

AUO und CMO verlängern unbezahlten Urlaub für Teilbelegschaft

Die beiden führenden taiwanischen LCD-Panel-Hersteller AU Optronics (AUO) und Chi Mei Optoelectronics (CMO) wollen die aktuelle Praxis, einen Teil ihrer Belegschaft unbezahlt in Urlaub zu schicken, für die Dauer der jetzigen Konjunktur-

medium size Panel-Bereich ausgegliedert und mit dem Geschäftsbereich für Notebooks zusammengelegt werden. Die Leitung dieses neuen Departments wird Brian Lee, VP of sales and marketing general department, übertragen.

Das Small to medium size Department umfasst die Fertigung von Display-Panels für Mobiltelefone, portable Kleingeräte und DVD-Player und wird zukünftig von VP SC Lin geleitet. Alle neu ernannten Department Direktoren berichten an Chuang-yi Chiu, Präsident von CPT.

Monitor-Anbieter setzen auf Modelle mit LED-Backlight

Wie von Marktbeobachtern und aus industrienahen Kreisen berichtet wird, planen zahlreiche Anbieter von LCD-Monitoren, ihr Line-up in diesem Jahr um Modelle mit LED-basierter Hintergrundbeleuchtung und Bild diagonalen von 20 Zoll und größer zu erweitern. Im Vergleich zur herkömmlichen Hintergrundbeleuchtung mit Kaltkathoden-Fluoreszenz-Lampen (CCFL) bieten Displays mit „LED-Backlit“ zahlreiche Vorteile: LED-Lichtquellen ermöglichen eine beachtliche Erweiterung des darstellbaren Farbraums. Backlight-Units (BLU) mit LEDs lassen sich wesentlich flacher konstruieren, verringern die Gerätetiefe und reduzieren den Energieverbrauch der Displays. Je nach Ausstattungsklasse und Schaltungsaufwand lassen sich durch Local Dimming und Black Insertion das Kontrastverhältnis und die Reaktionsgeschwindigkeit beträchtlich erhöhen. Weil zur Herstellung eines Monitors mit LED-Hintergrundbeleuchtung 4- bis 5mal so viele LEDs wie bei einem Notebook erforderlich sind, rechnen Analysten damit, dass sich die Monitor-Produktion sehr bald zum größten Einsatzbereich für LED-Bauelemente im IT-Sektor entwickeln wird.

UE



Elac Sub 2040 Subwoofer

Schon der Elac Mini-Woofer Micro Sub konnte mit seiner Push-Pull Anordnung überzeugen. Nun setzt der große Bruder Sub 2040 ESP mit hoher Dynamik für Musik- und Film-Sound neue Maßstäbe in der 800-Euro-Klasse. Angetrieben von einer kräftigen 300W-Class D Endstufe, erzeugen



die beiden Tieftöner einen druckvollen, knackigen und präzisen Bass. Und das fast ohne Gehäusevibrationen, die den Klang negativ beeinflussen würden. Für eine optimale Anpassung des Subwoofers an räumliche Gegebenheiten sorgt die Room-Tuning-Schaltung. Die Anschlussmöglichkeiten sind universell: Es ist möglich, sowohl bis zu drei Lautsprechereingänge parallel zu nutzen (Links, Rechts und Center), als auch gleichzeitig den LFE-Anschluss des Surround-Receivers anzuschließen. So ist sowohl im Stereo- als auch im Surround-Betrieb nahezu unabhängig von den Einstellungen des Bass-Managements am Surround-Receiver die optimale Basswiedergabe sichergestellt. Die Übergangsfrequenz der Aktivweiche ist stufenlos einstellbar, womit ein Maximum an Flexibilität erreicht wird. www.elac.de

„Works with iPhone“ Zertifikat für Boston

Mit Beginn der Auslieferung der neuen iPod Soundstation IDS3 stellt Boston Acoustics sicher, mit der neuesten Generation der Apple iPhone 3G Modelle kompatibel zu sein. Das alte Problem auftretender Interferenzen mit Audio Komponenten ist behoben. Zu diesem Zweck verfügt das IDS3 über eine interne Abschirmung, so dass störende Geräusche – ob aus dem



iPhone 3G oder anderen mobilen Geräten – keinerlei Einfluss auf die Musikwiedergabe haben. Eine weitere Besonderheit der Soundstation ist die Musikwiedergabe vor und nach einem Telefonat, ohne in den Flug-

zeug-Modus zu schalten. Das Modell i-DS3 ist in Hochglanz Schwarz und Hochglanz Weiß zum Preis von 499 Euro erhältlich. www.bostona.eu

Epson EB-410W WXGA-Projektor

Der EB-410W ist speziell für die Bedürfnisse von Bildungseinrichtungen und Unternehmen entwickelt worden und liefert ein scharf fixiertes Breitbild ohne Schattenbildung, selbst bei sehr kurzem Abstand zur Leinwand oder interaktive Whiteboard. Dank des verbesserten 3LCD-Panels konnte die Projektionsentfernung auf einen Abstand von nur 62 Zentimetern für ein 60“-Bild verkürzt werden. Die hohe Bildqualität des EB-410W besticht zudem durch eine verbesserte Farblichtleistung (Colour Light Output – CLO) von bis zu 2.000 Lumen.

Im Eco-Helligkeitsmode beträgt die Farblichtleistung noch 1.700 Lumen, ideal zum Betrieb mit einem interaktiven Whiteboard. Eigens zu diesem Zweck wurde außerdem ein neuer Farbmodus entwickelt, der eine naturgetreue Abbildung auch schwieriger Farbnuancen in hellen Räumen ermöglicht. Durch die weitere Verbesserung der Epson E-TORL Lampen und der innovativen 3LCD-Technologie, die in diesem Jahr ihr 20-jähriges Jubiläum feiert, überzeugt

der EB-410W durch scharfe und flimmerfreie Bilder. Der Projektor verfügt



über einen integrierten 10 Watt Lautsprecher für eine klare und deutliche Tonwiedergabe. www.epson.de

Zuwachs für JBL Control Serie

JBL erweitert sein Portfolio an universellen Aktiv-Monitoren zur Abhörkontrolle. Die Control 2PM (Master) ist ein kompakt aufgebauter, universeller Aktiv-Monitor und eignet sich zur Abhörkontrolle für einen großen Einsatzbereich: Ob

im Ton- und Rundfunkstudio, im Ü-Wagen oder am PC- Arbeitsplatz, der Control 2PM ist überall einsetzbar. Aber auch als Kompakt-Lautsprecher für Beschallungs- und Rufanlagen in Restaurants, Hotels und im audiovisuellen Bereich ist der Aktiv-Monitor eine ideale Lösung. Der Control 2PM ist mit zwei 35-Watt-Verstärkern ausgestattet.



Zur Ausstattung der Control 2PM gehören ein seitlich angebrachter Lautstärkeregel mit Kopfhörerausgang und eine schaltbare Hochtoneinstellung um +/- 2 dB. Mögliche Anschlüsse sind Cinch- und XLR/Klinke, Kombibuchsen für jeweils links und rechts sowie interne und externe Lautsprecher.

Der Ausgang des zweiten Verstärkers wird auf einer 6,3 mm Klinkebuchse ausgeführt. Die Stromversorgung erfolgt über ein externes Netzteil.

Die Control 2PS ist ein Stereoset, welches neben der Control 2PM einen weiteren, passiven Lautsprecher (Slave) beinhaltet. www.harman.com

Extreme Short throw-Projektor von Toshiba

Toshiba erweitert sein aktuelles Line-up an Projektoren mit „Extreme Short throw Projection“-Technologie mit dem ex21 um ein drittes Modell. Der ex21 erzielt bei nur 57 Zentimetern eine Bilddiagonale von einem Meter. Für zusätzliche Farbbrillanz sorgt der eingesetzte Natural Colour Enhancer (NCE)-Chip in der Version 4. Für die Konnektivität stehen zweimal RGB via D-sub15 parat, S-Video, Composite- und Component-Video sowie diverse Audio-Eingänge. Der Projektor verarbeitet Signale von VGA bis UXGA ebenso wie 480i bis 1.080i und die Normen NTSC, PAL und SECAM. „Durch den minimalen Projektions-



abstand und den Offset-Winkel kann das Gerät direkt vor der Wand an die Decke montiert werden“, erklärt Gerd Holl, General Manager bei Toshiba. www.toshiba.de

Sharp LCD-TV mit Eco-Control-Taste

Die Sharp Aquos LCD-TVs der Serie LC-DH77E setzen auf Energieeffizienz, Bildqualität und Design. Highlight der Full-HD Flachbildfernseher ist die Eco-Control-Taste auf der Fernbedienung. Über diese lassen sich die Öko-Features der Geräte direkt aktivieren. Erhältlich sind die LCD-TVs mit integrierter 100-Hertz-Technologie in den Bildschirmdiagonalen 32, 42, 46 und 52 Zoll. www.sharp.de

TECHNISAT HAT DIE HDTV-TESTSIEGER!

Qualität Made in Germany.

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

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

39114/12/08
scharf schärfer DIGITAL
TECHNISAT: DIE SUMME ALLER VORTEILE.
TechniSat MADE IN GERMANY Arbeitsplatz sicher
WWW.TECHNISAT.DE

Sony Reader läutet die Zukunft des Lesens ein

Der Reader von Sony ermöglicht literaturbegeisterten Konsumenten eine attraktive und komfortable Art des mobilen Lesens. Gemeinsam mit dem Partner Thalia und dem deutschen Buchhandel startet Sony Deutschland am 11. März 2009 in einen spannenden Zukunftsmarkt. Mit der Einführung über den Buchhandel beschreitet Sony Deutschland einen komplett neuen Vertriebsweg: „Das Angebot von Content und Hardware aus einer Hand ist für uns einer der wichtigsten Erfolgsfaktoren für den Reader. Wir freuen uns, mit dem deutschen Buchhandel einen kompetenten Partner gewonnen zu haben, der zukünftig den Reader und die entsprechenden Inhalte in Form von E-Books anbieten wird“, so Martin Winkler, Marketing Director der Sony Deutschland GmbH.

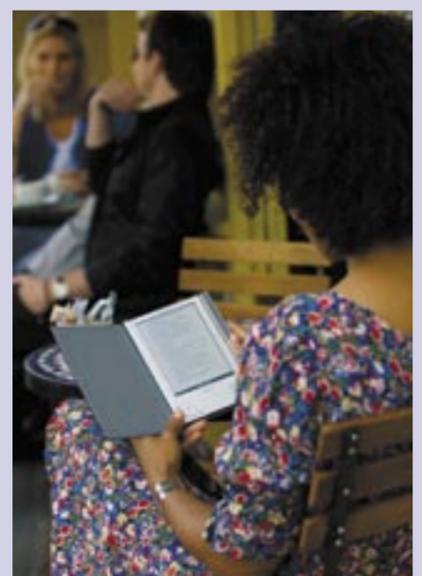
Sony Deutschlands strategischer Partner Thalia wird den Reader ab 11. März 2009 bundesweit in allen 230 Buchhandlungen anbieten. Kunden können das Gerät vor Ort ausprobieren und sich beraten lassen. Auf der Website www.thalia.de wird der entsprechende Content in Form von E-Books zum Kauf angeboten. Konsumenten können den Reader und elektronische Inhalte jedoch auch in vielen weiteren Buchhandlungen und deren E-Book Online-Shops in Deutschland erwerben. Bereits zum Marktstart wird ein attraktives Portfolio an Belletristik- und Sachtiteln zur Verfügung stehen. Das Angebot umfasst einige Tausend elektronische Bücher im EPUB-Format.

Der sehr flache und mit einem hochwertigen Einband ausgestattete Reader ist mit seinem Sechs-Zoll-Display und einem Gewicht von nur 260 Gramm



kleiner und leichter als nahezu jedes Buch mit Hardcover. Dank seiner großen Speicherkapazität wird der Reader zur mobilen Bibliothek: Allein auf dem internen 192 Megabyte großen Speicher können circa 160 Titel im EPUB-Format abgelegt werden. Die Kapazität lässt sich mit einem MemoryStick Pro DUO[1] oder SD Karten auf maximal 16 Gigabyte erweitern – insgesamt lassen sich so bis zu 13.000 Bücher archivieren. Das Lesevergnügen steigert sich zusätzlich durch die lange Batterieladefzeit: Eine Akku-Ladung reicht für fast 6.800 Seitenumschläge, das sind circa 12 Romane.

Für ein nahezu ermüdungsfreies Lesen sorgt außerdem die neue E Ink Technologie des Displays. Sie erzeugt ein papierähnliches Lesegefühl und stellt ein kontrastreiches Bild selbst bei starkem Sonnenlicht sicher. Wie auch bei gedruckten Büchern, lässt sich der Text auf dem Reader bei Dunkelheit nicht optimal lesen. Daher stehen als Zubehör ein batteriebetriebenes „Anklemmlicht“ oder ein elegantes „Cover mit Licht“ zur Verfügung. Der PRS-505 gibt Text-, Audio- und Foto-Dateien wieder. Er unterstützt neben weiteren Formaten auch das offene, nicht-proprietäre Format EPUB. Das E-Book Format EPUB – speziell für die Anwendung auf mobilen Lesegeräten entwickelt – wird vom Reader mit und ohne Kopierschutz (DRM) angezeigt. www.sony.de



ENTDECKEN SIE DIE HIGH SPEED-DIMENSION DER FOTOGRAFIE:

EXILIM EX-FS10



- 30 Fotos pro Sekunde Ultra-Highspeed-Serienbildaufnahme
- Highspeed-Filmaufnahme mit bis zu 1.000 fps
- Hochgeschwindigkeits-CMOS-Sensor mit 9.1 Megapixel
- 3fach optischer Zoom
- 6,4 cm TFT-Farbdisplay

EXILIM EX-FC100



- 30 Fotos pro Sekunde Ultra-Highspeed-Serienbildaufnahme
- Highspeed-Filmaufnahme mit bis zu 1.000 fps
- Hochgeschwindigkeits-CMOS-Sensor mit 9.1 Megapixel
- 5fach optischer Zoom mit CMOS-Bildstabilisator
- 6,9 cm TFT-Farbdisplay

EXILIM EX-FH20



- 40 Fotos pro Sekunde Ultra-Highspeed-Serienbildaufnahme
- Highspeed-Filmaufnahme mit bis zu 1.000 fps
- Hochgeschwindigkeits-CMOS-Sensor mit 9.1 Megapixel
- 20fach optischer Zoom mit CMOS-Bildstabilisator
- 7,6 cm TFT-Farbdisplay

EXILIM EX-F1



- 60 Fotos pro Sekunde Ultra-Highspeed-Serienbildaufnahme
- Highspeed-Filmaufnahme mit bis zu 1.200 fps
- Hochgeschwindigkeits-CMOS-Sensor mit 6.0 Megapixel
- 12fach optischer Zoom mit CMOS-Bildstabilisator
- 7,1 cm TFT-Farbdisplay
- Full HD

HALTEN SIE NIE GESEHENE MOMENTE FEST.





DrDish TV startet neue Formate

Einfach und verständlich für jedermann präsentiert der Münchener Zielgruppen-Sender für Neue Medien, Home-Entertainment und Satelliten-Kommunikation seinen Zuschauern die digitale Fernseh Zukunft und hilft bei der Handhabung neuer Technologien und Geräte. Im Technik-Magazin RESET dreht sich alles um die Bereiche Kommunikation und Home Entertainment. Was heute schon angeboten wird und vor allen Dingen auch gut ist, das zeigen ab 6. Februar die „Kauf Tipps“. Die Experten der Technikredaktion prüfen die Produkte am Markt auf Herz und Nieren und schneiden ihre Vorschläge ganz genau auf die jeweiligen Verbraucher und auf die verschiedenen Anforderungen zu. Christian Mass, Dr. Dish persönlich, widmet sich in DrDish „Wissen“ auch nach wie vor den technischen Fragen und Nöten seiner Zuschauer, egal ob der häusliche Receiver nun gerade seinen Geist aufgegeben hat oder auch ob deutsche Sender gesucht werden, die im Ausland empfangbar sind. Europaweit kann DrDish Television über Astra-Digital 19,2 Ost empfangen werden und erreicht damit potentiell 38,4 Millionen Haushalte.

www.drdish-tv.com

Neuer Kathrein-Katalog 2009 erschienen

Zum Jahresbeginn 2009 veröffentlichte Kathrein für den qualifizierten Fachhandel seinen neuen Katalog „Satelliten- und terrestrische Empfangs-Antennenanlagen 2009“. Auf 260 Seiten findet der Fachmann neben bewährten Produkten und Systemlösungen rund um die terre-

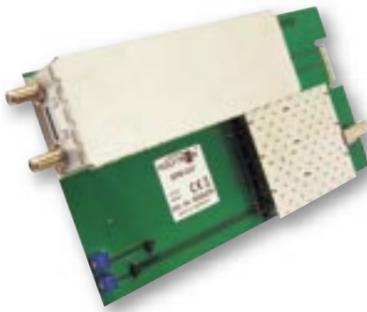


strische-, Satelliten- und Kabel-Empfangstechnik auch zahlreiche Neuheiten zu Themen wie mobiler Satellitenempfang, Sat-ZF-Verteiltechnik auch für große Satellitenanlagen, modernste Kopfstellentechnik für analoge und digitale Programme, Messgeräte für alle Übertragungswege sowie zahlreiches Zubehör. Zudem bieten anschauliche und praxisnahe Planungs- und Anwendungsbeispiele dem Fachinstallateur eine Hilfestellung bei der Realisierung moderner Anlagen – vom konventionellen Einzelanschluss bis zur multimediafähigen Aufbereitungsanlage für eine Vielzahl von Teilnehmern. Der Kathrein-Katalog 2009 ist über

die bekannten Kathrein-Vertriebszentren und -Niederlassungen als gedruckte Ausgabe oder auf CD-ROM erhältlich. www.kathrein.de

DVB-T Twin-Verstärker-Modul von Polytron

Mit dem neuen sowohl für analogen, speziell aber für DVB-T Empfang geeigneten, kanalselektiven Twin-Verstärker-Modul SPM-CAT erweitert der Kopfstellen-Spezialist Polytron sein Angebot zur individuellen Bestückung von Kopfstellen der Poly-Compact SPM 1000-Serie. Die in den Verstärker-Modulen integrierten selektiven Filter werden im Werk nach Kundenangaben exakt abgestimmt. Durch die Qualität der Filter garantiert Polytron eine hohe Selektion.



Die Verstärker arbeiten im Frequenzbereich von 47 bis 862 MHz mit einer Verstärkung von 24 dB (bei 70 dBµV Eingangspegel) und einem Ausgangspegel von 95 dBµV. Eine automatische Regelung (AGC) sorgt auch bei schwankendem Eingangspegel für einen konstanten Pegel des Ausgangssignals. Der Regelungsbereich beträgt dabei +/- 10 dB. Zudem verfügt jeder der beiden Twin-Verstärker des Kopfstellen-Moduls SPM-CAT über einen Dämpfungsregler mit stufenloser 20-dB-Einstellmöglichkeit. Das Basisgerät SPM 1000 verfügt über zehn Modulsteckplätze. Je nach Bestückung lassen sich somit bis zu 40 Kanäle in einem Basisgerät realisieren. Mehrere Poly-Compact SPM 1000 Basisgeräte können problemlos kombiniert werden. Auf diese Weise lassen sich auch größere Empfangsanlagen realisieren. www.polytron.de

RAPS aktualisiert Satelliten-Receiver

Sendersuchläufe durchführen, Programm listen sortieren, Favoritenlisten anpassen – Änderungen bei den Empfangseinstellungen von Sendern kosten Fernsehzuschauer Zeit und Nerven. Die smart electronic GmbH setzt deshalb bei allen smart-Receivern auf das intelligente Senderfindersystem RAPS. Bei jedem Einschalten des smart-Receivers aktualisiert RAPS automatisch die Programm listen. Neue Sender und geänderte Empfangseinstellungen bestehender Sender werden zuverlässig erkannt. Darüber hinaus gewährleistet RAPS stets eine logische und zuschauerfreundliche Sendersortierung nach unterschiedlichen Genres (z. B. Sport, Nachrichten, Unterhaltung). Laut aktueller RAPS-Statistik gab es im Jahr 2008 ganze 1.693 Änderungen, die RAPS vollautomatisch vornahm.

Dabei entfielen insgesamt 228 Änderungen auf Astra, 948 Änderungen auf Hotbird und 517 Änderungen auf Türksat. Damit hatten RAPS-Nutzer gegenüber Fernsehzuschauern, die alle Änderungen manuell vornahmen (bei durchschnittlich 30 Sekunden für das Suchen und Verschieben neuer oder geänderter Programme), in 2008 mit rund 14 Stunden eine enorme Zeitersparnis.

www.smart-electronic.de

Hochauflösender Twin-Tuner von NanoXX

Mit dem NanoXX 9800HD ist es dank seiner zwei SAT-Tuner nun möglich, zeitgleich zwei Sendungen verschiedener Transponder aufzunehmen, während parallel dazu auf eine dritte Sendung umgeschaltet werden kann. Die gerade angeschaut Sendung kann währenddessen über den Timeshift-Modus angehalten und auch wieder fortgesetzt werden, womit das Gerät praktisch drei Aufnahmen gleichzeitig tätigt. Der Anwender kann aber auch zeitgleich zwei Sendungen verschiedener Transponder aufnehmen und sich parallel dazu einen Film von der Festplatte anschauen. Die digitalen Videoaufnahmen in SDTV- als auch HDTV-Qualität gelangen über die eingebaute USB-2.0-Schnittstelle mittels der integrierten PVR-Funktion auf das externe USB-Speichermedium oder umgekehrt von dort zur Set-Top-Box.



Eine Besonderheit ist die integrierte Streaming-Funktion. Stehen z. B. in einem Haushalt zwei NanoXX-HD-Receiver zur Verfügung, kann eine durch das im Wohnzimmer stehende Erstgerät aufgezeichnete Sendung am zweiten Gerät angeschaut werden. Zum zweiten können mit dem NanoXX 9800HD aufgenommene und auf einer externen Festplatte gespeicherte Sendungen ganz einfach per FTP (File Transfer Protokoll) auf einen handelsüblichen PC kopiert werden. Für die verlustfreie Bildübertragung hin zum Fernseher sorgt ein HDMI-Ausgang. Zwei Scart-Anschlüsse, eine S-Video-Schnittstelle sowie ein YPbPr-Ausgang für den Anschluss beispielsweise an einen Beamer runden die Ausstattung ab. Das neue Premium-Modell aus dem Hause NanoXX ist mit zwei CI-Slots ausgestattet und verfügt über einen Kartenleser für die Verschlüsselungssysteme Conax, X-Crypt, DG-Crypt, Firecrypt und Crypton.

www.nanoxx.info

TechniSat präsentiert den Sat-Stuhl

Optisch ist er nur ein Stuhl auf dem Balkon, aber in Wirklichkeit versteckt der TechniSat Sat-Stuhl eine kleine digitale Satellitenanlage inkl. LNB, die die digitale Programmvielfalt via Satellit ins Haus bringt. Diese Welt-

neuheit wird gerade im Hause TechniSat entwickelt. Allein über die Position Astra 19,2° Ost kann ein buntes und internationales Angebot von über 700 digitalen Freisat-Programmen empfangen werden. Verschlüsselt stehen noch einmal rund 500 Pay-TV-Sender zur Wahl. Vor der Festmontage einer Satelliten-Antenne benötigt man aber die Zustimmung des Vermieters. Die neue Entwicklung von TechniSat, der Sat-Stuhl, ist noch unauffälliger auf dem Balkon platzierbar. Er kann alternativ zur Satellitenposition Astra 19,2° Ost auch auf andere Satellitenpositionen wie zum Beispiel Eutelsat Hotbird 13° Ost ausgerichtet werden. TechniSat plant, den Sat-Stuhl noch in diesem Jahr auf den Markt zu bringen.

www.technisat.de

Mini-SD-Box mit HDMI und Upscaler von SL

Der deutsche Set-Top-Boxenhersteller SL c&t bringt mit dem DVB-S14 HDMI einen neuen SD-Satellitenreceiver im Mini-Format heraus. Auf-

grund der kompakten Abmessungen und der Möglichkeit, eine Infrarot-Maus als Empfänger für die Fernbedienung einzusetzen, ist die Box auch für den versteckten Einbau geeignet. Die Box verfügt zudem über einen Elektronischen Programmführer (EPG) für bis zu 64 Tage im voraus, soweit



dies auch vom jeweiligen Sender angeboten wird. In zehn Menüsprachen können der oder die Nutzer ihre Inhalte in 30 Timer programmieren oder in Favoritenlisten ordnen. Insgesamt stehen 4.000 Programmspeicherplätze zur Verfügung. An Anschlüssen finden sich neben dem schon erwähnten HDMI-Ausgang ein digitaler Audio-Ausgang (optisch), zwei Scart-Anschlüsse mit FBAS, RGB und YUV sowie eine RJ11-Buchse für die Verbindung zum externen Infrarot-Empfänger oder zum PC. Der Receiver ist für 69,95 Euro erhältlich. www.sl-ct.de

Humax kooperiert mit InfoTip

Als Serviceoffensive für alle Fachhandelspartner startet Humax ab sofort eine Kooperation mit InfoTip. Im Rahmen des InfoTip Repair-Tracking-Services (RTS) können auch Humax Fachhandelspartner künftig sämtliche Service- und Reparaturaufträge steuern.

Registrierte Händler können in kurzen Schritten Serviceaufträge für betreffende Humax-Produkte aufgeben und die Abholung einleiten. Entsprechende Reparatur- und Paketscheine werden direkt online generiert und können ausgedruckt werden. So bedarf es nur noch weniger Mausklicks von der Aufgabe eines Serviceauftrages bis zur Abholung durch ein Logistikunternehmen. InfoTip RTS hält die Fachhändler darüber hinaus mit Statusmeldungen von Logistikern und Werkstätten jederzeit auf dem aktuellen Stand zum erteilten Auftrag. Das Angebot ist für Händler dabei völlig kostenlos.

„Die Kooperation mit InfoTip ist ein weiterer wichtiger Baustein unseres umfangreichen Service-Angebots“, so Jens Gerster, Manager Customer Service bei Humax. „So stärken wir die für uns strategisch wichtige Zusammenarbeit mit dem Fachhandel und gehen einen konsequenten nächsten Schritt zur Vereinfachung der Abläufe. Die herstellerübergreifende Plattform optimiert Service- und Reparatur-Prozesse und ermöglicht Fachhändlern, Serviceaufträge künftig noch schneller und komfortabler aufzugeben sowie zu verwalten – eine win-win-Situation!“ Neben dem Angebot InfoTip RTS bietet Humax seinen Fachhandelspartnern ein umfangreiches Informationsportal zum Unternehmen und seinen Produkten sowie für alle offenen Fragen eine kostenlose Händlerhotline. InfoTip unterstützt mit all seinen Produkten, zu denen neben dem RTS auch das ISS, die PDB und die neue Academy gehören, schon seit Jahren den Fachhandel, um ihm den Service so einfach wie möglich zu machen und um ihm neue Marktchancen zu eröffnen. InfoTip Geschäftsführer Theo Ubbens: „Wir freuen uns, dass uns mit der Aufnahme von Humax auf die InfoTip RTS Plattform ein weiterer Schritt in Richtung fachhandelsfreundlicher, einheitlicher Serviceplattform gelungen ist.“

www.infotip-rtts.de

www.partner.humax-digital

Die Vorteile

- Zentrale, herstellerübergreifende und kostenlose Abwicklungsplattform
- Automatische Erzeugung von Versanddokumenten
- Reibungslose Abholung und Reparatur
- Stetige Erreichbarkeit
- Gleicher aktueller Informationsstand bei allen Beteiligten
- Enorme Geschwindigkeitssteigerung in der Abwicklung

Eutelsat: Mehr Programme durch höhere Komprimierung

MPEG-4 für DVB-T

Die Eutelsat visAvision GmbH vermarktet und betreut zukünftig die Ausstrahlung von TV-Programmen in der DVB-T Region Stuttgart. Dabei werden diese Programme erstmals über den effizienten MPEG-4-Standard verbreitet, mit dem eine effizientere Ausnutzung der verfügbaren DVB-T Frequenzen möglich ist.

Erster Kunde des neuen Angebotes mit sechs Programmen ist die Mediengruppe RTL Deutschland aus Köln. Die technische Reichweite zum Start der Programmeinführung im dritten Quartal 2009 liegt bei rund 1,6 Millionen Haushalten. Geplant ist ein Free-TV Basis-Angebot mit den Sendern RTL, VOX, SUPER RTL und RTL II. Daneben soll es mit den Sendern Passion und RTL Crime auch ein Pay-Paket geben. Die Programminhalte von RTL, VOX, SUPER RTL und RTL II sind kostenfrei zu empfangen. Eutelsat will die beiden Kanäle RTL Crime und Passion aus dem Pay-Paket im Rahmen der Einführung für ein Jahr lang gratis anbieten.

Mit dem Einsatz des Komprimierungsverfahrens MPEG-4 lassen sich verfügbare DVB-T Frequenzen wesentlich effizienter und wirtschaftlicher nutzen. Dies ist eine zentrale Forderung vieler Marktteilnehmer. MPEG-4 benötigt im Vergleich zum derzeit eingesetzten MPEG-2-Standard

deutlich weniger Bandbreite. Dadurch lassen sich noch mehr Programme im vorhandenen Frequenzspektrum übertragen. Der Zuschauer profitiert damit von einer größeren Programmvierfalt.

Abwärtskompatible Receiver

Interessierte Zuschauer benötigen für den Empfang der Programme einen MPEG 4-tauglichen DVB-T Receiver, der das Verschlüsselungssystem Conax verarbeiten kann. Der Verkaufspreis entsprechender Empfangsgeräte wird etwa bei 100,- Euro liegen. Mit den neuen Geräten lassen sich auch die bestehenden DVB-T Angebote im MPEG-2-Standard empfangen. Im Receiverpreis enthalten ist bereits eine Pauschale für die Bereitstellung aller technischen Dienstleistungen durch Eutelsat. Das Unternehmen befindet sich bereits in Gesprächen mit Herstellern verschiedener Empfangsgeräte. Erste empfangsbe-



Ein großer Vorteil des DVB-T Empfangs ist die flexible Nutzung der eingesetzten Geräte. Anstatt auf einen bestimmten Anschlusspunkt angewiesen zu sein, lässt sich die DVB-T Antenne überall aufstellen. So wird sogar die Küche zur gemeinsamen Event-Location.

reite Receiver können im Großraum Stuttgart ab Sommer 2009 über Flächenmärkte und Fachhändler erworben werden.

Martina Rutenbeck, Geschäftsführerin der Eutelsat visAvision GmbH, sieht in den neuen Vermarktungs- und Dienstleistungen Wachstumsimpulse für alle Partner und das eigene Unternehmen: „Programmanbieter haben einen immensen Bedarf für die wirtschaftliche Nutzung vorhandener DVB-T Frequenzen. Zuschauer profitieren von zusätzlichen Programmen via DVB-T. Eutelsat erschließt sich mit dem Aufbau des Angebotes ein wichtiges Geschäftsfeld im Kernmarkt Deutschland.“ www.eutelsat.com



Mit einer PC-Einsteckkarte und einer kleinen, portablen Antenne wird jedes Notebook ohne großen Aufwand zum mobilen Fernsehgerät mit DVB-T Empfang. Damit kann man in allen DVB-T Sendegebietern ohne Probleme an jedem Ort die ausgestrahlten Sendungen empfangen.

DVB-T Empfangsbereich deutschlandweit Stand: Ende 2008



Verbesserter DVB-T Empfang mit geeigneten Antennen

Einwandfreier DVB-T Empfang steht und fällt mit der optimalen Wahl von Empfangsgerät und Antenne. „Fast alle Empfangsprobleme lassen sich durch eine Optimierung der Zimmerantenne oder der Antennenanlage beheben“, sagt Thorsten Mann-Raudies, Leiter der Task Force DVB-T Deutschland von ARD und ZDF. Die Empfangsqualität der Zimmerantennen ist jedoch unterschiedlich. Tauchen Bild- und Tonstörungen auf, oder signalisiert der Empfänger etwa „Programm verschlüsselt“ oder „kein Signal!“, ist die Überprüfung der Antenne dringend geboten.

Die Antenne ist bei DVB-T – neben dem Empfänger – das zentrale Element des Empfangssystems. „Unzureichende Empfangseigenschaften oder eine fehlerhafte Installation der Antenne und ihrer Verkabelung können zu Beeinträchtigungen führen, die nicht vom Empfänger ausgleichbar sind. Der Großteil der verfügbaren Antennen entspricht nicht den Minimal-Anforderungen an Empfangsantennen für DVB-T“, so Peter Geyer, Ingenieur der Rundfunk-Betriebstechnik GmbH (RBT).

Welche Antenne braucht der Zuschauer?

- Je nach Wohnort im DVB-T Versorgungsgebiet ist eine Zimmer-, Außen- oder Dachantenne für den Empfang erforderlich. Je näher ein Zuschauer am Senderstandort wohnt, desto stärker der Empfang. Je weiter weg er wohnt, desto leistungsfähiger muss die Antenne sein. In der Regel können bestehende Antennen mit geringfügigen Modifikationen weiter benutzt werden.
- Für alle Zimmerantennen gilt, dass der beste Standort für den DVB-T Empfang individuell überprüft werden muss. In der Regel ist der Empfang in Fensternähe besser. Meist reicht bei Empfangsproblemen die Verschiebung der Antenne um wenige Zentimeter aus.
- In Rand- oder Grenzbereichen und in schwierigen Empfangssituationen ist eine aktive Antenne empfehlenswert. Sie verstärkt das Fernsehsignal für einen optimalen Empfang. Aktive Antennen sind mit einem Verstärker ausgerüstet, der den Strom aus dem Empfänger oder einem separaten Netzteil bezieht.
- Sinnvoll ist auf alle Fälle wie beim DVB-T-Empfänger, ein Rückgaberecht für die Antenne zu vereinbaren, sollte der Empfang nicht wie erwartet möglich sein.
- Bestehende Dachantennen können in der Regel weiter verwendet werden. Wichtig sind ein breitbandiger Empfangsbereich und die Verstärker. Gegebenenfalls muss ein Fachmann überprüfen, ob die Leistungsmerkmale einer vorhandenen Dachantenne für den DVB-T-Empfang ausreichend sind.

Video mit dem AVCHD Lite Standard in Lumix Digitalkameras

Neue Bild-Erlebnisse



Zwei Digitalkameras der Lumix Generation von Panasonic (siehe PoS-MAIL 2/2009, S.13 f.) zeichnen Videofilme mit dem neuen AVCHD Lite Standard auf. Einer der Hauptvorteile dieser Innovation besteht darin, dass erstmals

die Wiedergabe von Fotos und Videoclips in gemischten Präsentationen möglich ist. Aber AVCHD Lite und Panasonics neuer Bildprozessor Venus Engine HD können noch viel mehr.

und sortiert registrierte Gesichter (maximal zehn) selbständig.

Tatsächlich ermöglichen die neue Lumix Reisekamera TZ7 und die wasserfeste Lumix „Tough“ FT1 völlig neue Bilderlebnisse – und bieten komfortable Zusatzfunktionen. Um das zu erreichen, setzt Panasonic das neue Videoaufzeichnungsformat AVCHD Lite ein, einen Ableger des 2006 von Panasonic und Sony vorgestellten AVCHD Standards, einem Aufzeichnungsformat für Camcorder, die mit digitalen Datenträgern wie DVDs, SD-Karten, Memory Sticks, Festplatten oder Festspeicher arbeiten. Ebenfalls 2006 brachten Sony, Panasonic und Canon erste Geräte auf den Markt.

Während AVCHD auch Full-HD-Aufzeichnungen mit einer Auflösung von maximal 1.920 x 1.080 Pixeln im Format 1.080/60i unterstützt, beschränkt sich AVCHD Lite auf HD-Auflösungen von 1.280 x 720 Pixeln im Format 720/60p, bietet aber die gleichen Vorteile des Camcorder-Standards: ökonomische, rauscharme Datenkomprimierung, hohe Tonqualität (Dolby AC-3) und hervorragende Netzwerkfähigkeiten. Damit, so Panasonic, ist der AVCHD Lite Standard dem gewöhnlich für Video-Aufnahmen in Digitalkameras eingesetzten Motion-JPEG Format deutlich überlegen.

werden. Der Clou: Sowohl die Lumix-typische Intelligente Automatik (iA) als auch fast alle Motivprogramme funktionieren auch im Video-Modus, ebenso wie Gesichtserkennung und optischer Bildstabilisator. Selbst die interessantesten Effekte des Farb-Modus stehen zur Wahl. Grundsätzlich bleiben auch beim Videofilmen die aktuellen Kamera-Einstellungen

Venus Engine HD

Für die schnelle Verarbeitung der Datenmengen von HD-Videofilmen in AVCHD Lite hat Panasonic den neuen Hochleistungsbildprozessor Venus Engine HD entwickelt. Dieser Doppelkernprozessor (Twin CPU) beschleunigt den Ablauf vieler Kamerafunktionen deutlich – und erweitert mit neuen Algorithmen zur Gesichtserkennung die künstliche

Intelligenz der Kameras. Im Klartext: Die beiden neuen Lumix Kameras können einmal gespeicherte Gesichter wiedererkennen – und dann zeigen sie den gespeicherten Namen an und stimmen Fokus und Belichtung bevorzugt auf dieses Gesicht ab. Bei Eingabe der entsprechenden Daten können auch Name und Alter der entsprechenden Person im Foto ausgegeben werden. Bei Kindern, die jünger als drei Jahre sind, wählt die Kamera automatisch das Motivprogramm „Baby“. Ein weiterer Vorteil: Auch die Bildwiedergabe und sogar die Sortierung können automatisch nach Personen erfolgen. Die mitgelieferte Software PHOTOfunSTUDIO sortiert dabei die Aufnahmen automatisch in virtuellen Ordnern, durchsucht archivierte Fotos

Alleinstellung

Die neuen Lumix Modelle TZ7 und FT1 bieten zur Zeit als einzige Digitalkameras die Vorteile des AVCHD Lite Standards und können damit sogar gegenüber digitalen Camcordern punkten. So



erhalten; Zoomen ist auch bei bewegten Bildern über den gesamten Bereich möglich – dabei wird die Verwacklungsgefahr durch den optischen Bildstabilisator O.I.S. deutlich reduziert.

Die ersten Modelle, die Videos mit dem neuen AVCHD Standard aufzeichnen: die neue Reisekamera Lumix DMC-TZ7 und das robuste Allwetter-Modell Lumix DMC-FT1.

Weniger Speicherplatz

Anders als Motion-JPEG, wo die Videobilder einzeln komprimiert werden, erfolgt die Kompression bei AVCHD Lite durch Abspeicherung der Unterschiede zwischen den einzelnen Bildern. Dadurch wird deutlich weniger Speicherplatz benötigt; auf gleiche SD-Karten passen so fast doppelt so lange HD Videos wie bei Motion-JPEG. Zudem, so betont Panasonic, zeichnet sich der neue Standard durch geringeres Rauschen, bessere Bildqualität und höhere Schreibgeschwindigkeiten aus. Bei beiden neuen Lumix Modellen kann die Videoaufnahme sofort durch Drücken eines Knopfes auf der Rückseite der Kamera gestartet

Multimedia-Schau

Bei der Wiedergabe ermöglicht der neue AVCHD Lite Standard ganz neue Bildergebnisse, denn Fotos und Videos können jetzt gemischt abgespielt werden – sowohl auf dem Kamera-Display als auch mit Hilfe des optionalen HDMI-Kabels auf geeigneten Fernsehgeräten. Damit wird die „Dia-Schau“ zur Multimedia-Präsentation. Wenn die SD-Speicherkarte dagegen direkt in das Laufwerk eines entsprechend ausgerüsteten Fernsehgerätes oder des Diga Blu-ray Players von Panasonic gesteckt wird, ist die gemischte Wiedergabe nicht möglich, sondern der Benutzer entscheidet, ob er Fotos oder Videos abspielen möchte.

Die Aufnahme von Videofilmen kann bei beiden Modellen per Knopfdruck sofort gestartet werden.



zur Verfügung, ganz gleich, für welches Seitenverhältnis (4:3, 3:2 oder 16:9) sich der Anwender entscheidet.

Letzteres gilt auch für die Lumix „Tough“ FT1 mit 4,6fach Leica DC Vario-Elmar Objektiv mit einer Anfangsbrennweite von 28 mm. Zudem ist die Kamera bis 3 m Tiefe wasserfest, soll Stürze aus Höhen bis zu 1,5 m unbeschadet überstehen und nimmt auch Staub und Kälte nicht übel.

INTELLIGENT CONTRAST CONTROL

Wichtige Kamera- und Objektiv-Funktionen arbeiten auch im Video-Modus.



O.I.S.
Optischer Bildstabilisator



iA

bietet das Leica DC Vario-Elmar 12fach-Zoomobjektiv der TZ7 eine Anfangsbrennweite von 25 mm (KB-äquivalent) – ein Superweitwinkel, das bei Camcordern normalerweise nicht vorkommt. Dabei steht durch den Lumix-typischen Multi-Aspect CCD-Bildsensor der volle Brennweitenbereich

Casio mit Alleinstellungsmerkmalen Der entscheidende Moment

Alleinstellungsmerkmale, oder im Marketing-Neudeutsch Unique Selling Points (oder kurz: USP), helfen dem Handel, im Verkaufsgespräch bestimmte Produkte herauszustellen. Besonders wichtig sind USPs in einem kaum überschaubaren Markt wie dem Kompaktkamera-Markt, in dem sich Dutzende von Marken-, OEM- und No-Name-Herstellern mit Hunderten von Modellen tummeln. Aus dieser Masse ragen Produkte heraus, die Alleinstellungsmerkmale bieten. Besonders leicht fällt die Beratung am PoS, wenn diese Alleinstellungsmerkmale auch noch sinnvoll sind; in dem Sinne, dass sie ein Foto-Problem lösen. Hier hat sich Casio in den vergangenen Monaten mit der Highspeed-Funktion Verdienste erworben.

Im vorigen Jahr wurden mit der Exilim EX-F1 und der Exilim EX-FH20 zwei Bridgekameras mit diesem Feature vorgestellt. Diesen beiden Modellen stellte Casio vor einigen Wochen mit der Exilim EX-FS10 und der Exilim EX-FC100 zwei Kompaktkameras zur Seite, die trotz der deutlichen Verringerung des Volumens ihren größeren Schwestermodellen technisch kaum nachstehen. Klares Alleinstellungsmerkmal (bezogen auf die Marke) bei allen Modellen: ihre Fähigkeit, bis zu 60 (F1), 40 (FH20) bzw. 30 (FS10/FC100) hochaufgelöste Fotos zu belichten und Videos mit bis zu 1.000 bzw. 1.200 (F1) Bildern pro Sekunde aufzunehmen. Diese Werte werden weltweit von keiner anderen Kamera erreicht; selbst wesentlich teurere Profi-Spiegelreflexmodelle bleiben in ihren Leistungen deutlich zurück. Sinnvoll ist die Highspeed-Funktion vor allem in der Sport- und

Actionfotografie, und auch Experimentalfotografen können jetzt Ideen im Bild umsetzen, die früher nur mit viel Geduld oder eher durch Zufall geglückt sind. Denn der Vorteil einer Bildserie, die das Geschehen einer Sekunde in bis



Bei der Exilim EX-FH20 lässt sich die Highspeed-Funktion ganz einfach am Bedientknopf an der Kameraoberseite einstellen.

zu 60 Einzelteilen zeigt, ist der, dass der entscheidende Moment ganz sicher dabei ist. Also der Moment, in dem der Schläger beim Tennis den Ball trifft, der Hund das Leckerchen fängt oder der Ketchuptropfen in das weiß gefärbte Wasser eintaucht (siehe Bilder links).



Stellten bereits im vergangenen Jahr Geschwindigkeitsrekorde auf: die Exilim EX-F1 (links) mit 60 Bildern/s und die Exilim EX-FH20 mit 40 Bildern/s.

Zwar ist eine Sekunde nicht allzu lange, und es bedarf sicherlich einiger Übung, um das gewünschte Foto gerade in dieser Sekunde zu schießen. Doch verglichen mit früheren Zeiten, in denen oftmals viele Dutzend oder mehr Versuche nötig waren, ist diese Art der Fotografie jetzt zum Kinderspiel geworden.

drücken des Auslösers in einem sogenannten „flüchtigen Speicher“ zwischengelagert und ständig durch neue ersetzt werden. Erfolgt der endgültige Druck auf den Auslöser, greift die Kamera auf die Bilder zurück, die ab einer zuvor definierten Zeitspanne entstanden sind.

Verzögerungskorrektur

Wem es nur auf den entscheidenden Moment, nicht aber auf die Bildserie ankommt, der findet mit der Verzögerungskorrektur in den neuen kompakten Exilim-Modellen das richtige Tool. Diese Funktion ist in der Lage, die Verzögerungszeit, die gewöhnlich zwischen dem Erkennen des Motivs und dem Druck auf den Auslöser liegt, auszugleichen. Dazu greifen die Kameras auf Bilder zurück, die zunächst durch das halbe Herunter-

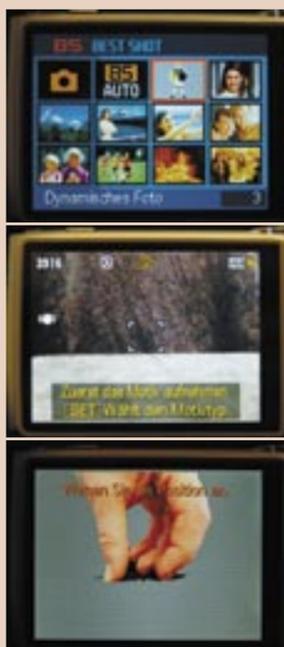


Mit den im Januar vorgestellten Modellen Exilim FS10 (ganz oben) und Exilim EX-FC100 hat Casio die Highspeed-Fotografie auch im Kompaktkameramarkt möglich gemacht.

Mit der Dynamic Photo Funktion kann jeder seine eigenen Kurzfilme drehen

Die Frage, wann ein Alleinstellungsmerkmal sinnvoll ist, lässt sich natürlich nicht nur auf die Frage reduzieren, ob sie ein fotografisches Problem löst. Manchmal kann der Sinn auch in zusätzlichem Spaß liegen, den der Nutzer beim Fotografieren hat, oder darin, eine neue Zielgruppe zu erschließen. Beide Kriterien gleichzeitig dürfte die neue Dynamic Photo Funktion erfüllen, die Casio mit den im Januar vorgestellten Exilim Modellen EX-Z400, EX-Z270 und EX-S12 eingeführt hat. Sie ermöglicht es, ein statisches Foto zu animieren, indem eine kurze Videosequenz in ein Foto einkopiert und diese Datei in eine Movie-Datei konvertiert wird. Spaß daran dürften vor allem junge, internet-affine Menschen haben, die die selbstgestalteten Kunstwerke als E-Card verschicken, sich auf ihr Mobiltelefon herunterladen oder sie anderen in sozialen Netzwerken wie YouTube präsentieren.

Der Phantasie bei der Gestaltung des eigenen Kurzfilms sind keine Grenzen gesetzt. So lassen sich die kurzen Videosequenzen in eigene Fotos kopieren, aber auch in Kin-derzeichnungen oder beispielsweise aus



Das Menü führt den Benutzer Schritt für Schritt durch alle notwendigen Einstellungen; hier nur drei Beispiele.

Büchern abfotografierte Motive. Genutzt wird die Funktion in mehreren Schritten. Nach der Auswahl des entsprechenden Programms in der „Best Shot“-Liste wird zunächst eine Videoaufzeichnung eines bewegten Motivs von einer, zwei oder vier Sekunden Länge gestartet, dann wird der Hintergrund noch einmal ohne das bewegte Motiv fotografiert. Die Kamera erkennt die statischen Bildteile und stellt das bewegte Motiv automatisch frei.

Im Menü des Bildwiedergabemodus wählt man dann den Punkt „Dynamisches Foto“, entscheidet sich für einen Hintergrund und ein bewegtes, freigestelltes Motiv und positioniert dieses auf dem Hintergrund. Um die so entstandene Datei in eine Movie-Datei umzuwandeln, ist derzeit



Mit der Dynamic Photo Funktion können statische Bilder animiert werden. Es lässt sich im Druck naturgemäß nicht darstellen, aber im Original läuft die kleine Hand über die große Hand.

noch der Rückgriff auf das Internet erforderlich. Auf der speziell zu diesem Zweck eingerichteten Seite www.exilim.com/dp/de/ findet sich die erforderliche kostenlose Software Dynamic Studio. Die damit bearbeiteten animierten Dateien lassen sich anschließend auf vielfältige Weise nutzen. Unter der genannten Adresse steht auch eine Reihe von Beispielen bereit, die zeigen, welche Ideen sich mit Dynamic Photo realisieren lassen.

Das Cyber-shot Sortiment wird ausgebaut Sony schickt sechs Neue ins Rennen

Sony startet mit sechs neuen Kompaktkameramodellen ins Frühjahrgeschäft. Neben der neuen DSC-H20 mit Zehnfach-Zoomobjektiv gibt es mit der DSC-T90 und der DSC-T900 zwei neue Designmodelle in der T-Serie, und die ebenfalls neuen Modelle DSC-W290, DSC-W270 und DSC-S930 sollen in ihrer Klasse neue Maßstäbe für brillante Bildergebnisse setzen und ein breites Spektrum an kreativen Möglichkeiten eröffnen.

Mit der DSC-H20 hat Sony eine weitere Bridgekamera als Nachfolgerin der DSC-H10 ins Programm genommen. Im Vergleich zum Vorgängermodell wartet die neue Kamera mit einem erweiterten Leistungsumfang auf: Der Super HAD CCD-Bildsensor bietet nun eine effektive Auflösung von 10,1 Megapixeln, und das Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv deckt jetzt den zehnfachen Brennweitenbereich 38–380 mm (entsprechend Kleinbild) ab. Es ermöglicht neben High Zoom-Aufnahmen auch Makro-Schnappschüsse aus nur zwei Zentimetern Entfernung.

Wie ihre Vorgängerin ist die H20 ebenfalls mit einem drei Zoll großen (7,5 Zentimeter) Clear Photo-Plus Display und dem Bionz Bildprozessor ausgestattet. Er garantiert kurze Reaktionszeiten und im Zusammenspiel mit dem Dynamikbereich-Optimierer ein optimales Bildergebnis, selbst bei eingeschränkten Lichtverhältnissen. Auch der doppelte Verwacklungsschutz (Steady Shot) mit elektronischer und optischer Bildstabilisierung sowie die hohe Lichtempfindlichkeit von ISO 3.200 haben sich zur Optimierung der Bildergebnisse bewährt.

Als erste Digitalkamera der Cyber-shot H-Serie nimmt die H20 Videos in High Definition (1.280 x 720 Pixel) auf. Alle Aufzeichnungen erfolgen im Vollbildmodus (progressiv) mit 30 Bildern pro Sekunde und werden im MPEG-4-Format gespeichert. Wird die Kamera über das optional erhältliche Kabel VMC-MHC2 an ein HD-ready- oder Full-HD TV-Gerät angeschlossen, lassen sich High Definition-Videos auf dem TV-Bildschirm betrachten. Dank PhotoTV HD-Funktion stellt die H20 auch Fotos auf dem Fernsehgerät optimal dar.

Diverse Automatik-Funktionen sorgen für eine noch einfachere Handhabung und verbesserte Bildergebnisse. Dazu gehören beispielsweise die Lächelautomatik

(Smile Shutter), die verbesserte Gesichtserkennung und die neue Face Motion Detection: Sie erkennt, wenn sich der Porträtierte bewegt. Damit sein Gesicht trotzdem scharf aufgenommen wird, verkürzt die H20 automatisch die Verschlusszeit und erhöht die Lichtempfindlichkeit. Auch der intelligente Autofokus sowie die Belichtungsmessung wurden weiter verbessert. Die innovative iAuto-Funktion kann direkt über das Bedienrad angewählt werden. Ist sie aktiviert,



stellt sich die DSC-H20 auf nahezu alle Aufnahmesituationen automatisch ein.

Ein integrierter Hochleistungsblitz hellt Motive je nach Bedarf auf – ob auf lange Distanz, bei Gegen- und Dämmerlicht oder bei einer Makroaufnahme. Um gespeicherte Fotos noch komfortabler betrachten zu können, bietet die H20 außerdem unterschiedliche Ansichts-Modi. Dabei können über die Gesichtserkennung auf Wunsch Aufnahmen einer bestimmten Person zusammengefasst werden.

Drei neue Cyber-shot W- und S-Modelle

Die neuen Kameras Cyber-shot DSC-W290, DSC-W270 und DSC-S930 der Kompaktklasse sind robust, mit leistungsstarker Technik ausgestattet, bieten ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis und sorgen dank innovativer Automatik-Funktionen für brillante Bildergebnisse. Die W290 ist mit einem 28 Millimeter Weitwinkel-Objektiv, einer Auflösung von zwölf Megapixeln, einer HD-Movie Funktion, einem drei Zoll großen Display (7,6 Zentimeter) und voll-

kommen neuartigen Automatik-Programmen ausgestattet. Sie wird in den Farben Silber, Schwarz, Blau und Bronze angeboten. Ihre kleine Schwester Cyber-shot DSC-W270 ist in den Farben Silber, Gold und Rot erhältlich und bietet die gleichen Leistungsmerkmale. Allerdings fällt das Display der DSC-W270 mit 2,7 Zoll/6,8 cm etwas kleiner aus.



Die DSC-W270 und DSC-W290 liefern mit 12,1 Megapixeln eine hohe Detailschärfe. Das Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv ist mit einem fünffach optischen Zoom (28–140 mm entsprechend Kleinbild) ausgestattet. Für eine brillante Bildqualität sorgt auch hier der Bionz Bildprozessor im Zusammenspiel mit dem Dynamikbereich-Optimierer (Dynamic

Range Optimizer). Zusätzlich gleicht der doppelte Verwacklungsschutz mit elektronischem und optischem Bildstabilisator sowie einer hohen Lichtempfindlichkeit von ISO 3.200 Bild-



Sony Cyber-shots DSC-W290 (l.), DSC-W270 (o.) und DSC-S930.

unschärfen aus. Als erste Digitalkameras der W-Serie nehmen die W270 und die W290 Videos in High Definition Auflösung (1.280 x 720 Bildpunkte) und im Vollbildformat (progressiv) auf. Die beiden neuen Modelle der W-Serie sind darüber hinaus mit komfortablen Automatik-Programmen ausgestattet.

Auch das neue kompakte Einstiegsmodell DSC-S930 bietet alle Technologien und Ausstattungsmerkmale, die für brillante Aufnahmen notwendig sind: Eine Auflösung von 10,1 Megapixeln

erlaubt detailgenaue Vergrößerungen bei gleichbleibender Bildqualität. Das silberfarbene, robuste Gehäuse birgt ein Objektiv mit einem dreifach optischen Zoom (36–108 Millimeter entsprechend Kleinbild).

Der integrierte elektronische Bildstabilisator reduziert Verwacklungsunschärfen, zusätzlich sorgt die hohe Lichtempfindlichkeit von



ISO 3.200 auch bei reduziertem Licht noch für gute Bildergebnisse. Für unbeschwertes und komfortables Fotografieren stehen sieben Motivprogramme zur Auswahl. Sie optimieren die Einstellung der Kamera in allen klassischen Aufnahmesituationen. Zusätzlich bietet die DSC-S930 verschiedene Retusche-Funktionen an.

„Edelknipsen“ mit High-Tech-Ausstattung: Die neuen Cyber-shot T-Kameras

Edle Materialien, exzellentes Design, Kameratechnik vom Feinsten und eine spielend leichte Handhabung, so beschreibt Sony in einer Pressemitteilung die Cyber-shot T90 und T900, die neuen Kameras der T-Serie. Beide Kameras vereinen laut Sony ästhetische Ansprüche hinsichtlich Design, Farbe und Form mit dem Wunsch nach hochentwickelter Technik und einfacher Bedienung in höchster Perfektion.

Das metallisch schimmernde Gehäuse verleiht den Kameras einen edlen und modernen Look. Der elegante Schiebeverschluss mit kombinierter Ein- und Ausschaltfunktion wurde aus früheren Modellen beibehalten. Das Gehäuse der T90 ist an seiner dünnsten Stelle nur 13,9 mm breit. Die T900 ist mit 15,1 mm kaum dicker, bietet dafür aber einen 3,5 Zoll großen (8,9 Zentimeter) Xtra Fine Touchscreen mit 921.000 Pixeln. (T90: drei Zoll/7,6 cm). Die Cyber-shot T90 ist in Silber, Schwarz, Schokobraun, Rosa und Hellblau erhältlich, die Cyber-shot T900 in Silber, Schwarz, Bronze (Bild unten) und Rot.

Beide Modelle sind mit einem Carl Zeiss Vario Tessar-Objektiv mit vierfach optischem Zoom (35–140 mm entsprechend Kleinbild) ausgestattet und bieten eine Auflösung von 12,1 Megapixeln. Für die Bildverarbeitung stehen der Bionz Bildprozessor und der Dynamikbereich-Optimierer bereit, die auch in Sonys Spiegelreflexkameras zum Einsatz kommen. Sie optimieren selbst bei Gegenlicht und ungünstigen Lichtverhältnissen Farben, Kontrast und Bildschärfe zu einem ausgewogenen Bildergebnis. Ein doppelter Verwacklungsschutz sowie die hohe Licht-



Die Cybershot T90 ist in Silber, Schwarz, Schokobraun, Rosa und Hellblau erhältlich.

empfindlichkeit von bis zu ISO 3.200 gewährleisten auch bei unsicherer Hand scharfe Bilder.

Die T90 und die T900 filmen darüber hinaus auch in High Definition (1.280 x 720 Bildpunkte im progressiven Vollbildmodus). Die DSC-T900 wird mit einer Docking Station ausgeliefert. Mit dieser lassen sich die Aufnahmen per HDMI direkt auf ein Full-HD- oder HD-ready-Fernsehgerät übertragen.

Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen gehört der berührungssensible Monitor, über den sich auch der Autofokusbereich bestimmen lässt. Verbesserte Gesichtserkennung, Lächelautomatik und die intelligente Auto-Funktion (iAuto) sind weitere Kennzeichen. iAuto basiert auf der intelligenten Motiverkennung (Intelligent Scene Recognition) und kann zwischen acht möglichen Szenarien unterscheiden. Ganz neu ist die Funktion Face Motion Detection: Sie registriert, wenn sich der Porträtierte bewegt. Damit Gesichter trotzdem scharf aufgenommen werden, verkürzen die Kameras automatisch die Verschlusszeit und erhöhen die Lichtempfindlichkeit.

Die erste Kamera mit dem neuen Super CCD EXR ist da Acht Finepix-Modelle fürs Frühjahr

Die Fujifilm Electronic Imaging Europe GmbH in Kleve, die seit 2007 für das Kamerageschäft von Fujifilm zuständig ist, hat acht neue Finepix Modelle für das Frühjahrsgeschäft auf den Markt gebracht. Die empfohlenen Verkaufspreise der Neuheiten liegen zwischen 149 und 349 Euro und decken damit die am meisten nachgefragten Preissegmente ab. Topmodell unter den Geräten der 2009er Generation ist die Finepix F200EXR, die als erste Fujifilm Kamera mit dem neuen Super CCD EXR ausgestattet ist.

Dieser neue Sensor wurde auf der photokina 2008 unter dem Motto „Noch näher am menschlichen Auge“ vorgestellt. In die Praxis wird dieser Anspruch durch eine Neukonstruktion der verschiedenen Ebenen des Aufnahmechips, eine neue Anordnung der einzelnen Farbpixel sowie eine neue Art der Bildverarbeitung umgesetzt. Auf diese Weise werden bei der Bildaufnahme und -verarbeitung drei Optimierungsmöglichkeiten realisiert: Bei schlechten Lichtverhältnissen (Dämmerung, Kerzenlicht etc.) sorgt die aufgrund der neuen Pixelanordnung möglich gewordene Kombination von mehreren Pixeln derselben Farbe



dafür, dass auch in hohen ISO-Bereichen Bilder ohne Fehlfarben und ohne Rauschen entstehen. Bei Motiven mit extremen Kontrasten (Skipiste, Sonnenlicht am weißen Strand etc.) ergibt sich ein höherer Dynamikumfang, so dass auch sehr dunkle und sehr helle Bildbereiche noch detailliert abgebildet werden. Möglich wird dies durch die Fähigkeit der Kamera, gleichzeitig eine Aufnahme mit niedriger und eine Aufnahme mit hoher Empfindlichkeit anzufertigen und diese dann zusammenzuführen. Und unter optimalen Lichtbedingungen entstehen durch den neuen Chip hervorragende Fotos mit höchster 12-Megapixel-Auflösung. Weitere

Kennzeichen der Finepix F200EXR sind das Fünffach-Zoomobjektiv mit Weitwinkel (28–140 mm entsprechend Kleinbild), der Filmsimulationsmodus, mit dem man die Farbcharakteristik der Fujifilm Diafilme Provia, Velvia und Astia sowie Schwarzweiß- und Sepia-Aufnahmen erzielen kann.

Bei den sieben weiteren Neuheiten handelt es sich um die Bridgekamera Finepix S1500 sowie die kompakten Modelle Finepix Z30, Z33WP, J250/J210 sowie J25/J20. Sie sind alle mit einem 10-Megapixel-Chip ausgestattet und bieten einen 2,7"-Monitor mit 230.000 Pixeln, mit Ausnahme der Finepix J250 und J25, bei denen 230.000 Pixel auf einem 3,0"-Monitor untergebracht wurden. Herausragende Merkmale der Bridgekamera Finepix S1500 sind das Zwölfach-Zoomobjektiv 33–396 mm (entsprechend Kleinbild) und der duale Bildstabilisator, der sich vor allem beim Fotografieren unter schlechten Lichtbedingungen oder beim Ein-

satz der Telebrennweiten positiv auf die Bildergebnisse auswirkt. Für optische Abwechslung im Kompaktkameramarkt sorgen die Dreifach-Zoom-Modelle (35–105 mm entsprechend Kleinbild) Z30 und Z33WP. Sie fallen nicht nur durch ihre runde Formgebung auf,

ders rauer Umgebung (Sand, Staub, Schmutz, Regen etc.) genutzt werden, ohne sich Sorgen um das empfindliche Innenleben machen zu müssen. Als klassische Einsteigerkameras präsentieren sich die Modelle J250/J210 mit ihrem Fünffach-Zoom (28–140 mm entsprechend Kleinbild) und J25/J20 mit ihrem Dreifach-Zoom (35,5–106,5 mm).



Die neuen Finepix Modelle S1500 (l.), J250 (o.), J20 (r.), Z30 (unten links) und Z33WP

sondern auch durch ihre unterschiedlichen Gehäusefarben: Die Z30 gibt es in Pink, Violett, Orange, Weiß und Schwarz, die Z33WP steht in Grün, Blau, Gelb und Pink zur Verfügung. Die Z33WP wurde für Outdoor-Fans konzipiert. Sie ist bis zu einer Tauchtiefe von drei Metern wasserdicht und kann auch in beson-

Alle Finepix Neuheiten sind mit üppiger Software wie Gesichtserkennung und automatischer Motiverkennung ausgestattet. Ganz neu finden sich in der Z30 die Selbstauslöser-Varianten Couple und Group Timer. Sie lösen automatisch aus, wenn sich ein Paar in einem zuvor gewählten Abstand zueinander befindet bzw. wenn eine zuvor festgelegte Anzahl von Personen im Bild erscheint.

POS Neuheiten

Nokia stellt neuen 6710 Navigator vor

Nokia hat auf dem Mobile World Congress in Barcelona sein neuestes Produkt der Navigator-Reihe vorgestellt: den Nokia 6710 Navigator. Gleichzeitig wurde das Nokia 6720 gezeigt, ein neues Gerät im klassischen Monoblock-Design. „Die Navigationslösung im Nokia 6710 Navigator ist einzigartig und bietet neben allen Vorteilen eines Multimedia-Gerätes alles, was der Nutzer von einem eigenständigen GPS-System erwarten kann“, so Markku Suomi, Vice President Category Management bei Nokia. Die Lösung beinhaltet Weiterentwicklungen der Nokia Maps Software mit Echtzeit-Navigation für Fußgänger und Autofahrer, umfassendes Kartenmaterial und Hardware-Elemente wie eine spezi-



elle Navigator-Taste, eine berührungsempfindliche Zoomleiste zum einfachen Vergrößern von Kartenausschnitten sowie ein großes, auch im Freien gut ablesbares Display. Die vor kurzem erfolgte Integration von Nokia Maps in die Ovi Dienste ermöglicht das Planen von Reisen bereits zu Hause auf dem PC. Die Reise- und Routeninformationen können anschließend mit dem mobilen Gerät synchronisiert werden.

Darüber hinaus bietet die neue Version von Nokia Maps eine Reihe neuer Funktionen wie hochauflösende Luftaufnahmen, 3D-Orientierungspunkte für über 200 Städte, Geländekarten, Wettervorhersagen Verkehrs- und Sicherheitswarnungen sowie Informationen zu Veranstaltungen. Beide Geräte sind mit einem Kompass ausgestattet, der in Verbindung mit den neuen Funktionen



von Nokia Maps genutzt werden kann. Ebenso wurde die Fußgänger-navigation deutlich verbessert. Im Lieferumfang des Nokia 6710 Navigator ist der Nokia Gerätehalter CR-111 enthalten, der das Gerät im Auto sicher an Ort und Stelle hält. Für Nutzer, die Wert auf zusätzlichen Komfort legen, gibt es eine neue Freisprecheinrichtung, das Nokia HF-310. Ergänzend zu den Kartenfunktionen präsentieren sich sowohl der Nokia 6710 Navigator als

auch das Nokia 6720 classic in einem verbesserten Design – Dank sanft geschwungener Formen und Soft-Touch-Oberflächen liegen beide Geräte angenehm und bequem in der Hand. Ebenso ist das Aufnehmen von Fotos mit der Fünf-Megapixel-Kamera mit Optik von Carl Zeiss und zwei LED-Blitzlichtern komfortabler als je zuvor. Das Nokia 6720 classic bietet laut Nokia besonders beim Telefonieren ein vollkommen neuartiges Gefühl. Wegen des ergonomischen Designs liegt es perfekt am Ohr des Nutzers an, und die neue, aktive Unterdrückung von Hintergrundgeräuschen

trägt zur deutlichen Verbesserung der Sprachqualität bei. Bis zu 20 Tage Stand-by-Zeit sorgen dafür, dass der User jederzeit auch alle weiteren Funktionen nutzen kann – schneller Internetzugriff und ein TV-Ausgang zum Präsentieren von Fotos und Videos sind nur einige der vielen Funktionen des Nokia 6720 classic.

Nokia will das Gerät im zweiten Quartal ausliefern. Der Verkaufspreis wird bei ca. 245 Euro (ohne Mobilfunkvertrag/ ohne Steuern) liegen. Das Nokia 6710 Navigator wird ab dem dritten Quartal zum Preis von ca. 300 Euro (ohne Mobilfunkvertrag und ohne Steuern) erhältlich sein. www.nokia.de

LG zeigt im neuen KM900 erstmals eine neue Benutzeroberfläche



LG hat in Barcelona das neue Mobiltelefon KM900 präsentiert. Es ist nicht nur vollgepackt mit anspruchsvollen Multimedia-Features, sondern kommt auch mit einer vollkommen neuen 3D-Benutzeroberfläche auf den Markt. Die intuitive 3D S-Class-Benutzeroberfläche – das S steht für „Superior“ – feiert im KM900 Premiere und wird zukünftig in weiteren LG-Modellen der Premium-Klasse genutzt werden. Das KM900 ist

weltweit das erste Telefon mit Dolby Mobile Surround-Sound. Zusammen mit einer Reihe von Equalizer-Voreinstellungen für alle Genres und individuellen Geschmacksvorlieben sorgt er für einen satten, kraftvollen Klang. Dank des eingebauten FM-Transmitters kann das Gerät Musik drahtlos über eine Auto- oder Heim-Stereoanlage abspielen. Für „Musik to go“ können compatible Kopfhörer an der Standard-3,5-mm-Audiobuchse angeschlossen werden.

Der große 3-Zoll-Touchscreen ist dank WVGA-Auflösung viermal schärfer als herkömmliche Displays. So hat das KM900 nach Herstellerangaben den klarsten LCD-Bildschirm, der momentan in einem Mobiltelefon verfügbar ist. Die D1-Aufnahmefunktion dreht Videos in DVD-Auflösung. So haben die Filme selbst auf einem großen Fernsehgerät noch eine überzeugende Bildqualität. Um noch mehr Spaß und Flexibilität zu bieten, kann das KM900 auch Zeitlupenaufnahmen mit 120 Frames pro Sekunde aufzeichnen. Dank 3G HSDPA und WLAN können Dateien schnell verschickt oder heruntergeladen werden. Das KM900 soll ab Mitte März verfügbar sein. www.lge.de



HANNOVER HANNOVER HANNOVER HANNOVER HANNOVER HANNOVER
3.– 8. 3. 2009 3.– 8. 3. 2009 3.– 8. 3. 2009 3.– 8. 3. 2009 3.– 8. 3. 2009 3.– 8. 3. 2009
cebit.com cebit.com cebit.com cebit.com cebit.com cebit.com

Navigon kündigt zur CeBIT neue Features an

Navigon will im Rahmen der CeBIT wieder neue und wegweisende Funktionalitäten vorstellen. Zwei davon, Professional Voice Command und Clever Parking, präsentierte das Unternehmen schon vorab. Mit Professional Voice Command sollen bei der Kommunikation mit dem Gerät ganz neue Möglichkeiten geschaffen werden, denn sie filtert aus Sprachbefehlen die entscheidenden Informationen heraus und führt die Befehle aus. Das Navigon System erlaubt dabei nicht nur Spracheingaben in Form einzelner Wörter wie „lauter“, „leiser“ oder „Karte“, es versteht den Fahrer auch dann, wenn dieser in frei formulierten Sätzen spricht. Das neue Feature Clever Parking liefert dem Autofahrer optimale Unterstützung am Zielort. Denn die Funktion, die in alle Geräte der neuen Navigon Serie ab der CeBIT integriert ist, hilft dem Fahrer durch eine übersichtliche Darstellung schon bei der Zieleingabe dabei, einen Parkplatz auszuwählen und diesen in Zielnähe direkt anzu-steuern. Mit Professional Voice Command, Clever Parking und vielen weiteren neuen Features präsentiert sich Navigon auf der CeBIT 2009 in Halle 15 (Stand D14). www.navigon.de

FEC zeigt Geräte und Lösungen an vier Ständen und in 18 Workshops

Funkwerk Enterprise Communications stellt auf der CeBIT 2009 gemeinsam mit seinen Partnern aus. An insgesamt vier Ständen präsentiert das Nürnberger Unternehmen seine gesamte Produktpalette mit vielen praxisnahen Einsatzmöglichkeiten in den Bereichen Sprache, Daten und IT-Sicherheit. Zu finden sind die Funkwerk-Partnerstände in Halle 6, Stand G16, bei Tobit, in Halle 12, Stand C06, bei GFT, in Halle 12, Stand B70, bei Komsa und in Halle 15, Stand B06/1, beim Schwesterunternehmen Funkwerk Dabendorf. Wie bereits im vergangenen Jahr spricht FEC seine Partner zudem gezielt mit Workshops an. Hier erhalten die Teilnehmer Praxiswissen direkt von den FEC-Experten, beispielsweise zum Thema Faxen mit Media Gateways, IPSec bei mobilen Anwendungen oder zur Einrichtung von öffentlichen WLAN-Zugängen mit der bintec Hot Spot Solution. Die einstündigen Funkwerk-Workshops zu den Themen IP Access, WLAN, IT-Sicherheit und TK finden von Dienstag bis Samstag im Convention Cen-

ter statt. Alle Termine und das genaue Programm der einzelnen Workshops gibt es auf www.funkwerk-ec.com/Cebit2009. Händler und Partner können sich dort direkt zu den kostenlosen Workshops anmelden. Alle Workshop-Teilnehmer haben zudem die Möglichkeit, an einem Gewinnspiel teilzunehmen – Hauptgewinn ist ein eintägiges Fahrsicherheitstraining bei Porsche. www.funkwerk-ec.com

Funkwerk Dabendorf kommt mit Neuheiten für die Mobil-Kommunikation

Funkwerk Dabendorf will auf der CeBIT zeigen, wie einfach die Integration von mobiler Kommunikation ins Auto ist und wie Autofahrer die Funktionen ihres Handys im Fahrzeug optimal nutzen können. Von Lifestyle bis Klassik präsentiert das Brandenburger Unternehmen seine gesamte



Auf der CeBIT führt Funkwerk Dabendorf die neue Ego TS für die Toyota Deutschland ein.

Bandbreite an Freisprechanlagen für den Nachrüstmarkt inklusive neuem Zubehör. Erstmals zu sehen ist die Ego TS für die Toyota Deutschland GmbH. Neu sind ebenso zwei Halter für die Anlage Audio 2000 sowie ein Iso-Kabel mit Mute-Funktion für die Ego-Serie. Auf der CeBIT 2009 stellt Funkwerk Dabendorf in Halle 15, Stand B06/1, aus.

www.funkwerk-dabendorf.de

Neue Fritz!Box und viele Extra-Angebote für AVM-Partner auf der CeBIT

Fritz!Box-Hersteller AVM bietet seinen Partnern zur CeBIT (Halle 13, Stand C48) viele exklusive Angebote. Ein neuer Fachhandelsbereich und Standführungen auf dem AVM-CeBIT-stand geben Fachhändlern die Möglichkeit, sich individuell und umfassend über AVM und die Fritz!-Produkte zu informieren. AVM erweitert seinen CeBIT-Messestand um einen größeren Partnerbereich. So können Fachhändler sich individuell und ausführlich über CeBIT-Neuheiten und die AVM-Produktpalette informieren. Zusätzlich wird es auch in diesem Jahr wieder eine exklusiv für Fachhändler geführte Tour über den AVM-Stand geben. AVM bietet seinen

ENO ist mit einem deutlich größeren Stand in Hannover vertreten

Auf mehr als der doppelten Fläche stellt ENO in diesem Jahr auf der CeBIT in Hannover aus. Vertreten ist die Vertriebsmannschaft der Nordhorer wieder im Planet Reseller in der Halle 25 auf Stand B103/12. Windows Mobile, Blackberry, HTC, Becker, Samsung, E-Plus sind nur eine kleine Auswahl der Partner, deren Neuheiten ENO vorstellt. Speziell im Bereich der Senioren bietet ENO unter anderem mit Emporia und Hagenuk zielgruppenspezifische Konzepte, die dem Handel das richtige Handwerkszeug bieten. Darüber hinaus gibt es Informationen zum gesamten Portfolio der Nordhorer. Neben den Produkten aus Mobilfunk und Festnetz werden auch Navigation, Multimedia, Audio-/Videoconferencing sowie Zubehör mit den passenden Dienstleistungen angeboten.

Allen Handelspartnern bietet ENO kostenlose Tageskarten an, die durch eine Terminabsprache mit dem persönlichen Ansprechpartner bei ENO oder im Internet unter www.eno.de bezogen werden können. CeBIT-Interessierte sparen so 38 Euro. Direkt nach der CeBIT gehen ENO und Bury auf Tour:

An fünf Standorten in Deutschland sind die Experten unterwegs, um dem Handel die neuen Produkte vorzustellen. Im Rahmen der Roadshow werden die Vorzüge der Freisprecheinrichtungen präsentiert, und alle Messe-Neuheiten können in Ruhe begutachtet und getestet werden. Außerdem werden die Fachhändler mit Verkaufsargumenten versorgt. Eine ausführliche Beratung soll sie zusätzlich für den Vertrieb im Shop fit machen. Die Veranstaltungen finden statt: am 17.3. in Bremen, am 18.3. in Kassel, am 24.3. in Nürnberg, am 25.3. in Mannheim und am 26.3. in Duisburg. Alle Schulungen beginnen um 19.30 Uhr und enden gegen zirka 22.30 Uhr.

Im Mittelpunkt der Produktpräsentation stehen die neuen Take&Talk Handyhalter für verschiedene Modelle, neue Freisprechanlagen wie die CC 9055 und alle CeBIT-Neuheiten. Neben den fachlichen Themen besteht die Möglichkeit zum Gedankenaustausch mit Kollegen. Fachhändler können sich direkt online unter www.eno.de im Schulungsbereich anmelden.

www.eno.de

Fachhändlern verschiedene Schulungsvarianten von eLearning-Kursen über eintägige regionale Schulungen zu Vertrieb und Technik bis zu Inhouse-Schulungen für AVM Business Partner. Die eLearning-Kurse gibt es zu Themen wie VPN oder Voice over IP, und nach erfolgreichem Abschluss erhalten die Teilnehmer eine persönliche Urkunde. Das neue Partnerprogramm beinhaltet neben den Schulungsangeboten noch weitere Extra-Leistungen für AVM-Partner. So können Partner beispielsweise Produkte zum Vorzugspreis erwerben oder Testprodukte anfordern. AVM stellt auf der CeBIT 2009 auch die neue Fritz!Box Fon WLAN 7390 vor. Das neue Gerät ist mit



Die neue Fritz!Box Fon WLAN 7390.

einem eleganten Gehäuse und zwei internen Antennen ausgestattet und integriert VDSL und ADSL für Verbindungen mit bis zu 100 Megabit pro Sekunde. www.avm.de

my-eXtra verzichtet auf CeBIT-Teilnahme

Der Baiersdorfer Tk-Distributor my-eXtra nimmt in diesem Jahr nicht als Aussteller an der CeBIT teil. Stattdessen kommt my-eXtra im Frühjahr mit einer eigenen Roadshow zu seinen Resellern. Thema der Roadshow

ist das gesamte Leistungsportfolio von my-eXtra als Full Service Distributor, das unter dem Motto „Alles in my-eXtra“ steht. Zu den vier Roadshowterminen im April und Mai in Hamburg, Leipzig, Nürnberg und im Raum Dortmund sind alle Franchise- und Fachhandelspartner eingeladen. Auf dem Programm steht auch das erweiterte Warenwirtschaftssystem brodos.net, das speziell auf die Bedürfnisse von Resellern zugeschnitten ist. Die genauen Veranstaltungstermine verschickt my-eXtra zusammen mit entsprechenden Einladungsschreiben.

Als weitere Reaktion auf das Fernbleiben von der CeBIT stärkt my-eXtra die Position seiner jährlich im September stattfindenden Franchisetaugung und Franchise Awards. Die my-eXtra Handelshausmesse findet, wie ihre Vorgängerin, im Nürnberger Raum statt. www.my-extra.com

Euro Telematik AG erweitert zur CeBIT das Tarifangebot für easyfleet

Die Euro Telematik AG präsentiert zur CeBIT ein neues Tarifmodell für ihr Internet-Portal easyfleet: map36 und guide36. Für den Kunden entfällt die bisher nötige Anfangsinvestition in die Ausstattung der Fahrzeuge mit Fleetboxen. Die Neuerung ist zudem ein weiterer Schritt zur Vereinfachung und Transparenz. Mussten Fuhrparkbetreiber bislang für jedes Leistungselement wie Fahrzeugendgerät, Portalnutzung und GPRS-Kommunikation separate Verträge abschließen, können künftig alle Leistungen in

einem Vertrag vereinbart und monatlich bezahlt werden. Die neuen Tarife ergänzen unter dem Namen map36 und guide36 das bisherige Angebot zum Internet-Portal easyfleet. Für die Dauer von 36 Monaten wird im Preis auch die Bereitstellung und Nutzung der notwendigen Fahrzeugendgeräte enthalten sein. Während der Laufzeit wird je Vertrag ein monatlicher Fixbetrag abgerechnet. „Durch diese Erweiterung soll der Einstieg in Telematik für Flottenbetreiber einfacher und komfortabler werden“, meinte der Vorstandsvorsitzende der Euro Telematik AG, Thomas Piller.

Da easyfleet als Baukastensystem konzipiert ist, kann für jedes Fahrzeug eine individuelle Telematik-Lösung zusammengestellt werden. Während mit dem Dienst map36 die Funktionen Fahrzeugortung und Gebietsüberwachung im Vordergrund stehen, richtet sich der Dienst guide36 an Fahrer, die auch Navigation und Auftragsbearbeitung/Nachrichtenaustausch nutzen wollen.

Weitere Dienste können optional hinzugebucht werden. Etwa die Freisprechfunktion talk über eine professionelle Freisprechanlage, ein Modul zur Anzeige von Daten des digitalen Tachographen driver oder das Modul truck zur Auswertung von Fahrzeugdaten über CAN-Bus.

Die neuen easyfleet-Tarife werden ab dem 1. März erhältlich sein. Der Vertrieb erfolgt über das Fachhändlernetz der Euro Telematik AG. map36 und guide36 werden erstmals auf der CeBIT präsentiert. Der Stand der Euro Telematik AG ist in Halle 15, Stand B06, zu finden. www.easyfleet.de

SAMSUNG CE-EXTRA

Februar 2009

INHALT

AV-select – Das Beste für die Besten

Neues Zeitalter für Flachbildschirme

Displays, gebaut für die schönen Momente

Lichtblicke 2009 – Samsung Roadshow

Blu-ray Heimkinosysteme

Premium-Marke mit hohem Beliebtheitsfaktor

Das Beste für die Besten

Samsung wurde bei den diesjährigen best brands-Awards in der Kategorie „Beste Wachstumsmarke“ mit dem zweiten Platz ausgezeichnet und unterstreicht damit seine Position als führender Hersteller von Telekommunikation, digitalen Medien und digitalen Konvergenz-Technologien. Mit neuen Produkten, Programmen und Strategien will das Unternehmen 2009 seine Position weiter ausbauen. Basis hierzu ist ein starkes Marketingteam.

Bereits in den letzten Jahren hat Samsung das Handelsmarketing in den Vordergrund gestellt. Allerdings bremste die dünne Personaldecke in der Vergangenheit nur allzu oft den Tatendrang. Jetzt hat Samsung sein Produktmarketingteam vervollständigt, um die Zielsetzungen für die kommenden Jahre durchsetzen zu können. „Wir sind jetzt gut organisiert, um den Ansprüchen, die wir

an den Markt haben, gerecht zu werden“, erläutert Gerd Weiner, Head of Marketing Consumer Electronics. Der Augenblick könnte nicht besser gewählt sein. 2009 ist für Samsung ein bedeutsames Jahr. In den letzten Jahren wurde viel davon gesprochen, Produkte für den Anwender zu konzipieren, die seine Bedürfnisse erfüllen und ihm das tägliche Leben angenehmer machen. Mit den aktuellen Produkten will Samsung von den Aktivitäten der letzten Jahre profitieren und dem Konsumenten beweisen, dass die Visionen Realität geworden sind.

Garantie für künftiges Wachstum

„In diesem Jahr dokumentieren wir unsere technische Marktführerschaft“, bekräftigt Weiner, „und sind gleichzeitig der qualitative Vollsortimenter für den Fachhandel. Entsprechend stellen wir uns im gesamten Feld der Consumer Electronics auf, wobei die Produktvielfalt die Garantie für das künftige Wachs-

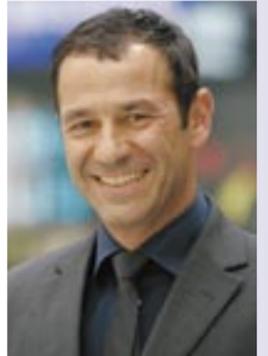
tum ist.“ Erstmals bringt das Unternehmen diese Sortimentsbreite strategisch in alle Produktbereiche. Gleichzeitig adressiert man alle Handelskanäle, indem sehr viele exklusive Modelle den Handelspartnern angeboten werden. Diese Fachhandelsorientierte Vermarktung wird mit dem AV-select-Programm umgesetzt.

26 AV-select-Produkte bis September

Das im April 2008 mit wenigen Geräten eingeführte Partnerprogramm wird im März/April diesen Jahres auf 15 Produkte erweitert und ab der IFA 2009 bereits mit 26 Produkten fortgeführt. Parallel dazu erweitert Samsung das gesamte Programm auch in Richtung digital Audio/Video sowie um Blu-ray-Player. „Die Händler haben verstanden, dass Samsung mit AV-select ein Konzept entwickelt hat, das sie in die Lage versetzt, spannende Produkte margenträchtig zu vermarkten“, freut sich Gerd Weiner. „Aus

der Erfahrung der letzten sechs bis neun Monate heraus stellen wir fest, dass unsere Partner zu-nehmend auf das Thema AV-select setzen.“

Mit ein Grund für den Erfolg des Programms dürfte auch die Konzentration der Marketingaktivitäten auf das Premium-Programm sein. 80 Prozent aller handelsspezifischen Maßnahmen konzentrieren sich auf das AV-select-Programm. Aufgrund dieser Vorgehensweise gewinnt Samsung als Marke und erreicht eine zunehmend stärkere Positionierung im Handel. „Die Vermarktung exklusiver Produkte wird von uns immer mehr in Richtung ‚select‘ gesteuert“, unterstreicht Gerd Weiner. „High End-Produkte und erklärungsbedürftige Geräte werden zuerst über AV Select vermarktet, um den teilnehmenden Händlern für ihre Beratungsleistung eine angemessene, stabile Marge zu sichern.



Gerd Weiner: „Wir erwarten ein starkes Wachstum und wollen den Markt gemeinsam mit unseren Partnern gestalten.“

Samsung Electronics bietet dem Handel mit AV Select ein zukunftsfähiges Spannenprogramm auf technisch höchstem Niveau, das bereits im vergangenen Jahr sehr erfolgreich war und in wirtschaftlich eher schwierigen Zeiten ein solides Werkzeug für ein ertragreiches Geschäft darstellt.“

Das Konzept ist die eine Seite, die Produkte sind die andere. Mit den neuen LED-TVs kommen Geräte mit direktem Kundennutzen in die Läden. „LED ist mehr als ein reines Produktfeature“, so Weiner. „Es bringt dem Kunden einen echten Mehrwert, den er real wahrnehmen kann. Der Käufer spart Strom, das Display hat ein besseres Bild und man erhält ein optisch schönes Produkt in schlankem Design. All diese Punkte kann der Kunde unmittelbar im Laden wahrnehmen und den Benefit für sich erkennen.“

AV-SELECT-PROGRAMM

Das kann der teilnehmende Fachhändler erwarten:

- Exklusive Modelle mit garantierter Verfügbarkeit und gesicherten Gewinnspannen
- 3 Jahre Garantie auf alle AV-select Modelle
- AV-select Produkte mit erweiterten Leistungsmerkmalen
- Intensive Verkaufsschulungen und Handelsbetreuung
- Hoher Werbedruck und umfangreiche POS-Unterstützung

Das erwarten wir von unseren Partnern:

- Einen unterzeichneten AV-select-Vertrag
- Hohen Werbedruck und umfangreiche POS-Unterstützung
- Ein qualifiziertes Ladengeschäft
- Einen ausreichenden Ausstellungsbereich am POS
- Engagierte Beratungstätigkeit



Das Samsung-Produktmarketing-Team CTV und DAV ist komplett. Untere Reihe v. l. n. r.: Mike Henkelmann (Product Manager DAV), Sang Won Byun (Junior Product Manager CTV), Sowol Um (Business Coordinator CTV), Marcos Peres Herrera (Product Manager CTV), Dong Min Kim (Business Manager CTV), Nathalie Supé (Junior Product Manager CTV), Elena Bauer (Assistant CTV), Anita Vukelic (Junior Product Manager DAV, MP3), Annika Benner (Trainee DAV) und Ki Ho Lee (Business Manager DAV). Obere Reihe v. l. n. r.: Keunhee Hong (Business Coordinator DAV), Gerd Weiner (Head of Marketing CE), Hans Wienands (Business Director CE), Marc Azad (Product Manager Home DAV) und André Lange (Junior Product Manager CTV).

Neues Zeitalter für Flachbildschirme

Scharfe Bilder flach gebaut

Samsung definiert Flachbildschirme neu und präsentiert seine Produktfamilie an LED HDTV-Displays. Die neuen Fernseher liefern nicht nur ein klareres Bild, sondern weisen nur noch eine Tiefe von unter 3 Zentimetern auf. Die neuen Serien 8000, 7000 und 6000 bauen auf Samsungs LED Full-HDTV-Modellen der ersten und zweiten Generation auf.

Mit seinen neuen LED-TVs vereint Samsung die Vorteile der LC- mit denen der Plasma-Displays bezüglich der Bildwiedergabe und schafft durch die geringe Bautiefe, verbunden mit Crystal-TV echte Designobjekte. Die LED-Displays verwenden Leuchtdioden (LEDs) als Lichtquelle anstelle der traditionellen Kaltkathodenfluoreszenzlampen (CCFL). Daraus ergeben sich unter anderem sehr gute Kontrastverhältnisse, geringe Bautiefen, die ein kunstvolleres Design ermöglichen, sowie höhere Energieeinsparungen. „Samsung hat mit den neuen Flat-TVs bewiesen, dass die LED-Technologie ein gangbarer Weg für Verbraucher ist, die das bestmögliche Bild von einem LCD-Fernseher wünschen. Samsungs neueste LED-Fernseher definieren die Standards für Betrachtungsqualität, Energieeffizienz und Heimkino-Design neu“, sagt Hans Wienands, Business Director Samsung CE.

Breitere Farbpalette und natürliche Farben

Alle drei Samsung LED HDTV-Serien für 2009 haben hohe dynamische Kontrastverhältnisse dank Samsungs LED-Lichtquelle. Verglichen mit einer traditionellen CCFL erzeugen LEDs dunklere Schwarztöne, die dem Auge endlos tief erscheinen. Auch die Weißtöne bleiben scharf und hell mit lebendigen Farben. Das Ergebnis ist eine Bildqualität, die der natürlichen Schönheit des Lebens gerecht wird. So kann als Beispiel der Verbraucher durch Samsungs Wide Color Enhancer Pro Feature eine breitere Farbpalette genießen. Durch das Ultra Clear Panel bleibt selbst bei heller Beleuchtung und unter mangelhaften Betrachtungsbedingungen jedes Detail erhalten. Dies geschieht dadurch, dass der Schirm mehr Licht durchlässt und Reflexionen des Umgebungslichtes reduziert werden. Mit dem adaptiven „Natural“-Modus können die LED

HDTVs durch automatisches Optimieren der Bildeinstellungen den Helligkeitsvorteil von LC-Displays mit dem kinoartigen Betrachtungserlebnis von Plasma-Displays kombinieren.

Das Beste aus drei Welten vereint

Die gesamte LED HDTV-Produktpalette integriert eine Anzahl innovativer Features, um Bewegungsunschärfe und Bildruckeln zu verringern, worunter LC-Displays bei der Darstellung schneller Bewegungen leiden. So sind alle drei Serien mit Samsungs Motion Plus Frame-Interpolationstechnologie ausgerüstet. Die Serie 8000 verwendet Samsungs 200 Hz Motion Plus Technologie mit einer Aktualisierungsrate von 200 Hz, so dass Bildfehler bei schnellen Bewegungen beinahe eliminiert werden. Die Serien 7000 und 6000 sorgen mit der 100 Hz Motion Plus Technologie für ein scharfes Bild bei Sportübertragungen, Videospielen und Filmen.

Für Hans Wienands sind die neuen Geräteserien die konsequente Umsetzung der Unternehmensstrategie: „Samsung sieht sich stets dem Grundsatz verpflichtet, Technologien und Produkte zu entwickeln, die über die gegenwärtigen Erwartungen hinsichtlich Wert, Qualität und Innovation hinausgehen. Wir sind davon überzeugt, dass uns genau dies mit der Markteinführung der Produktkategorie Samsung LED gelungen ist.“

Mit dem neuen, von Samsung und Yahoo! entwickelten InternetTV-Content Service Medi@2.0 erweitern die Koreaner den Einsatzbereich des Fernsehers. Diese Funktion wird

in einigen HDTV-Modellen des Jahres 2009 erhältlich sein. Durch die in den Serien 8000 und 7000 enthaltene Ethernet-Kabel- oder Wireless-Verbindung kann der Endanwender auf seinem Fernseh-Display per Knopfdruck auf



Die LED-Displays der Serien 6000, 7000 und 8000 sind in den Größen 40" und 46" (8000er), 55", 46", 40" und 32" (7000er) sowie 46", 40" und 32" (6000er) erhältlich. Die 6er- und 7er-Serie arbeitet mit 100 Hz, während die 8er-Serie mit 200 Hz Bildwiederholfrequenzen arbeitet. Zusätzlich sind die 7er- und 8er-Geräte mit Medi@2.0 ausgestattet.

Angebote von Yahoo!, Flickr, YouTube und Inhalte weiterer Anbieter zugreifen. Über das Online-Entertainment hinaus können die neuen LED HDTVs mit einer Vielzahl anderer Geräte und Inhalte verbunden werden. Integrierte USB-Ports erleichtern es, Videos und Fotos von einem Camcorder zu betrachten, Musik von einem Media-Player abzuspielen oder auf Multimedia-Dateien von einem externen Laufwerk zuzugreifen. Mit den neuen LED-Fernsehern löst sich Samsung von den konventionellen Grenzen, in denen der Fernseher bisher nur zu einem gewissen Grad in das Interieur eines Raumes integriert werden konnte. Durch den Einsatz von LEDs konnten alle drei Serien mit sehr geringer Tiefe konstruiert werden. Mit weniger als 30 Millimetern Dicke bleiben die Fernseher schlank, ohne dass auf Anschlüsse oder integrierte DVB-T/C MPEG4 HDTV Tuner verzichtet werden musste. Zur Vervollständigung des eleganten Designs der neuen LED HDTVs hat Samsung eine passende Wandbefesti-

gungslösung entwickelt, um den Abstand zwischen dem Fernseher und der Wand von bis zu 10 Zentimetern bei konventionellen Lösungen auf etwa 1,5 Zentimeter zu verringern. Die geringe Tiefe des LED-Fernsehers gestattet mit der neuen Wandbefestigungslösung eine so einfache Installation wie etwa beim Aufhängen eines Bilderrahmens.



Hans Wienands: „Samsungs LED-Fernseher definieren die Standards für Betrachtungsqualität, Energieeffizienz und Design neu.“

Im letzten Jahr entwickelte Samsung das Crystal TV, ein Design, das mittels Doppelinjektions-Verfahren eine durchscheinende farbige Oberfläche aufbringt, um ein attraktives kristallartiges Aussehen zu erzielen. Die neueste Evolution der Samsung Crystal TVs beginnt mit einer platinschwarzen Einfassung, die in ein ausgeprägtes Chrom übergeht, das als durchsichtiges Prisma entlang der Außenränder (Serie 8000) oder in Rubinschwarz (Serien 7000 und 6000) endet. Die Intensität der Farbe ändert sich je nach dem Betrachtungswinkel unmerklich und akzentuiert die schlanken Einfassungen dieser Fernseher weiter.



Verglichen mit einer traditionellen CCFL (Kaltkathodenfluoreszenzlampen) erzeugen LEDs dunklere Schwarztöne, die dem Auge endlos tief erscheinen. Der Schirm lässt effektiv mehr Licht durch und reduziert gleichzeitig durch Umgebungslicht erzeugte Reflexionen. Durch das Ultra Clear Panel bleibt auch bei geringem Umgebungslicht jedes Detail erhalten.

Plasma- und LC-Displays im neuen Gewand

Gebaut für die
schönen Momente

Mit der LC-Display-Serie 7 läutet Samsung das 200-Hz-Zeitalter ein. Bei den Plasma-HDTV-Geräten setzt das Unternehmen neue Bildstandards. Darüber hinaus sind alle neuen LCD- und Plasma-TVs mit Samsungs Medi@2.0 ausgestattet, womit die kommenden Geräteserien zum Zentrum des modernen Entertainments werden.

Ähnlich wie bei den neuen LED-Displays hat es Samsung auch im Plasma-Bereich geschafft, die Tiefe der Serie 8-Geräte auf unter 30 Millimeter zu bringen und damit die dünnsten Full-HD Plasma-Fernseher im Markt mit einer Auflösung von 1.080p und eingebautem DVB-T/C MPEG-4 HDTV Tuner zu konzipieren. Dank Ultra Filter Bright-Technologie, bei der mit Arrays aus schwarz beschichtetem Farbverstärkungsfilm die Blendung minimiert und der Kontrast maximiert wird, weisen die neuen Plasma-Displays der Serien 8 und 6 ein extrem hohes dynamisches Kontrastverhältnis auf. Der Ultra Filter Bright Plus reduziert die Luminanz bei den Schwarzgraden um 50 Prozent gegenüber früheren Modellen und liefert satte, tiefe Schwarzöne.

Die neuen Plasma-Displays gehören zu den ersten Wireless DLNA-kompatiblen Fernsehern. So kann der Anwender ohne zusätzliche Verkabelung auf Medien-Inhalte, die auf einem PC, NAS-



Hauptmerkmal der Serie 6 ist ein kunstvolles Design. Eine Abstufung von zwei transparenten Rubinschwartzönen ergibt einen weichen, glasigen Look und somit eine tiefere und breitere Kurve unten an der Unterkante. Die Farbe ist nicht von vorn, sondern an den Seiten sichtbar. Daraus resultiert ein noch leichteres und eleganteres Design.

server oder Streaminggerät gespeichert sind, zugreifen und die Daten auf dem Display anzeigen lassen. Externe Speicher lassen sich an den USB 2.0 Port anschließen und über USB 2.0 Movie Multimedia-Dateien abspielen. Unter vielen Codecs kann das System auch 3GP, MKV, WMV9 und DivX verwalten. Darüber hinaus sind beide neuen



Die neuen Plasma- und LC-Displays von Samsung bestechen nicht nur durch ihre technische Ausstattung, sondern gleichermaßen mit ihrem außergewöhnlichen Crystal-Design. Hinzu kommen die geringen Gehäusetiefen von unter 30 Millimetern, womit sich die Geräte unauffällig in jede Wohnlandschaft integrieren lassen.

Plasma-Serien mit Medi@2.0 ausgestattet. Die Displays der Crystal TV Serie 8 besitzen einen Rahmen mit chromartig durchscheinender Oberfläche und sind in 50" und 58" mit einem Standfuß aus gebürstetem Aluminium erhältlich. Bei der Plasma Serie 6 sind sie in 58" und 63" verfügbar. Bei ihnen verleiht ein speziell entworfenes halbtransparentes Rubin Schwarz dem glasartigen Rahmen des Fernsehers einen verführerischen Farbhauch.

LCD-HDTVs der Serie 6
und Serie 7

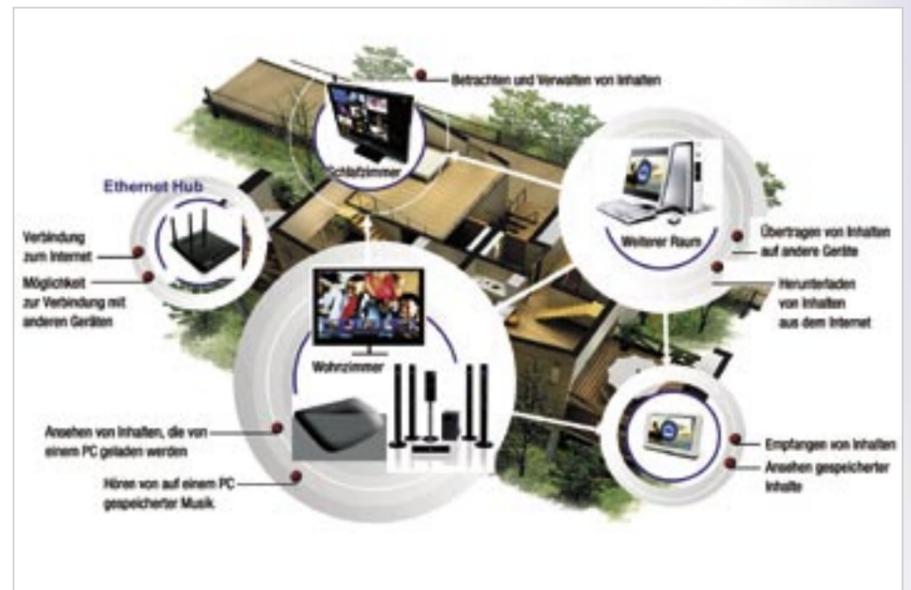
Ebenso wie die anderen Display-Serien hat Samsung auch seine LCD-HDTV Produktfamilie überarbeitet und bringt mit den Serien 6 und 7 multimediale Alleskönner in den Handel. Die Geräte der Serie 7 sind mit der 200-Hz-Motion Plus Technologie ausgestattet, wodurch verschwimmende und ruckelnde Bewegungen vor allem bei schnellen Bildabfolgen vermieden werden. Daher eignet sich die LCD-Serie 7 besonders für Heimkinofans, für die herausragende LCD-Bildqualität und innovatives Produktdesign wichtig sind. LCDs der Serie 7 sind mit Samsungs neuem Internet@TV-Content Service ausgerüstet. Um die Flexibilität zu erhöhen, verfügt die Serie 7 über einen Ethernet-Anschluss und unterstützt die 802.11a/b/g/n Wireless-Netzwerk-Funktionalität über ein optional erhältliches drahtloses USB-Dongle. Darüber hinaus ist die Serie 7 DLNA-zertifiziert.

In die Serie 6 ist die 100 Hz Motion Plus Technologie eingebaut, die ebenfalls für ruckelfreie Bilder bei schnelleren Bewegungen sorgt. Hauptmerkmal der Serie 6 ist ein kunstvolles Design, das an ein formschön geblasenes Weinglas erinnert. Durch die Anlehnung an die beliebte R7/R8 Serie entwickelt Samsung diesen trendigen Look weiter, indem die vier Kanten des Fernsehers mit transparenter Farbe versehen werden. Auch die Geräte der Serie 6 sind

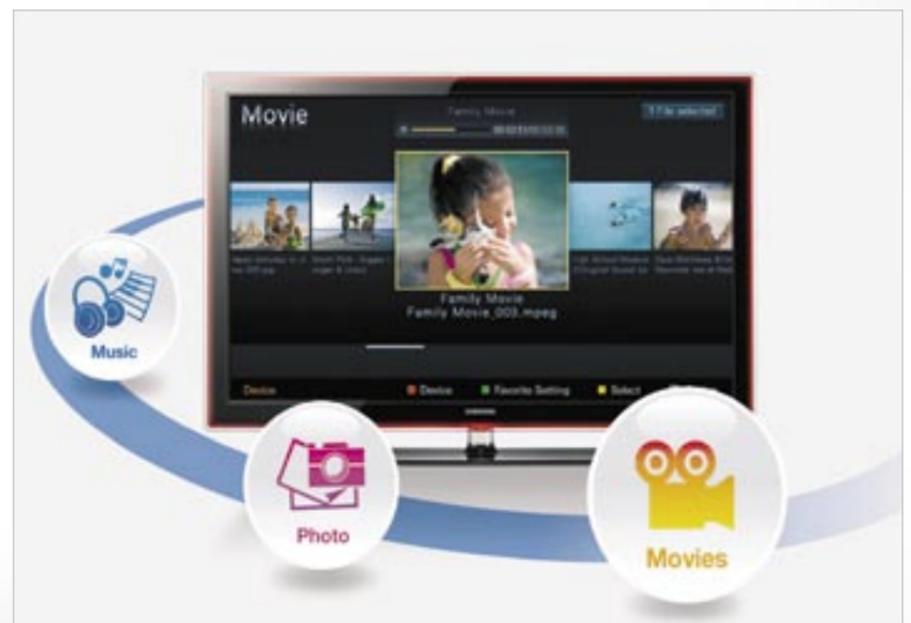
mit dem Internet@TV-Content Service ausgestattet. Mit dem integrierten DVB-T/C MPEG-4 Tuner mit CI Slot sind die Crystal-TV-Serien 7 und 6 bestens gerüstet für zukünftig übertragene HDTV-Fernsehsignale in Europa. Darüber hinaus weisen sowohl die Serie 7 als auch die Serie 6 einen niedrigen Stromver-

brauch auf und sind für das europäische Eco-Label „Flower“ vorbereitet.

Die Serie 7 gibt es mit den Panelgrößen 40", 46" und 52". Die Serie 6 ist noch in weiteren Größen erhältlich: 19", 22", 32", 37", 40", 46" und 55". Sowohl die Serie 7 als auch die Serie 6 sind ab dem 1. Halbjahr 2009 verfügbar.



Aufgrund der Multimedialfähigkeiten, die Samsung unter Medi@2.0 zusammenfasst, sowie der DLNA-Fähigkeit der Displays können auf den meisten neuen Flat-TVs Filme, Fotos und Musik im Haus verteilt und auf dem TV-Display dargestellt werden. So lassen sich Daten zum Beispiel zentral auf einem PC speichern und über das TV auf verschiedenen Geräten abspielen.



Über das Online-Entertainment hinaus können Samsung-Displays mit einer Vielzahl anderer Geräte und Inhalte verbunden werden. In die Displays integrierte USB-Ports erleichtern es, Videos und Fotos von einem Camcorder zu betrachten, Musik von einem Media-Player abzuspielen oder auf Multimedia-Dateien von einem tragbaren Laufwerk zuzugreifen.

Zukunftswachstum durch Produktvielfalt

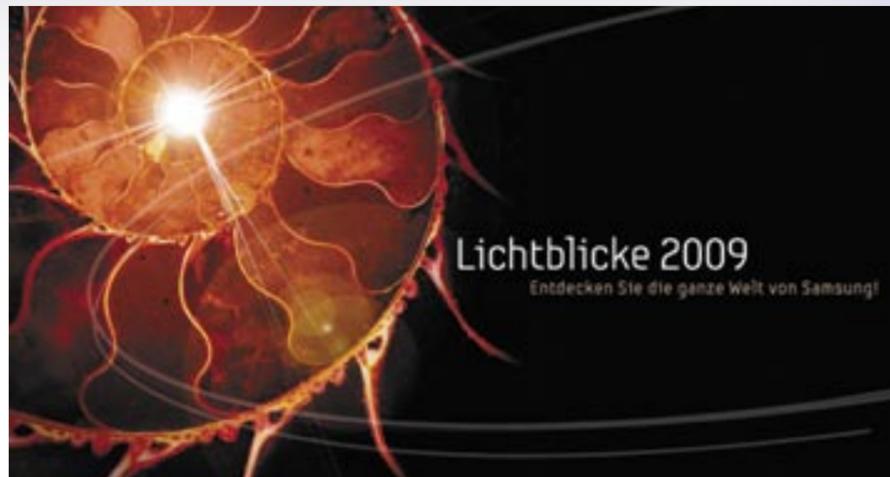
Roadshow 2009

Unter dem Motto „Lichtblicke 2009“ veranstaltet Samsung im März die erste divisionsübergreifende Roadshow in sieben Städten. Zu sehen sind die neuen Produkte aus der Consumer Electronics, Imaging, Telekommunikation, IT und Weiße Ware.

Mit der Roadshow Lichtblicke 2009 startet Samsung ins neue Geschäftsjahr und lädt alle Handelspartner ein, über das neue Produktportfolio gemeinsam optimistisch

in die Zukunft zu blicken. Das neue TV Premium-Segment, bestehend aus den LED-, LC- und Plasma Display-Serien, präsentiert Samsung zusammen mit einem breiten Sortiment von Zuspielern aus den Kategorien Blu-ray und Home Theater – darunter die HT-BD8200 als erste Blu-ray Home Theater Sound Bar sowie der BD-P4600, der flachste Blu-ray-Player der Welt.

Erstmals bietet Samsung auf einer Roadshow auch Schulungen (siehe Trainingsplan unten) an, um die technischen Innovationen dem Fachhandel nahezubringen



und ihm die Angst vor den neuen Funktionen vor allem in bezug auf die multimediale Vernetzung der Geräte sowie die Kommunikation mit dem Internet zu nehmen. Auf diese Weise will Samsung den echten Mehrwert und den Kundennutzen, den die Geräte mit sich bringen, bis an den Kun-

den kommunizieren. In allen Workshops steht die Einfachheit der Bedienung im Vordergrund, so dass der Verkäufer in die Lage versetzt wird, Mehrwert und Kundennutzen anstelle reiner Ausstattungsmerkmale zu verkaufen.

<http://partner.samsung.de/lichtblicke>

DIE TERMINE

- 5.3./6.3. Köln (Hürth) Feierabendhaus Knapsack, Industriestr.
- 9.3./10.3. Stuttgart Exometa, Naststraße 27
- 12.3./13.3. Frankfurt Steigenberger Airport, Unterschweinstiege 16
- 16.3./17.3. München Arabella Sheraton Grand Hotel, Arabellastr. 6
- 19.3./20.3. Leipzig Porsche, Porschestra. 1
- 23.3./24.3. Berlin InterContinental, Budapest Str. 2
- 26.3./27.3. Hamburg Hotel Lindtner, Heimfelder Str. 123

Sales: Sortiment & Verkaufsargumente	Features: Praxisworkshops
12:00-12:45 Samsung LED TV: Die neue TV Kategorie Sortiment und Verkaufsargumente	Samsung Multimedia & Internet@TV Praxisworkshop mit TV, BluRay, Heimkino und mehr
13:00-13:45 Samsung LCD und Plasma: Bedeutung und Chancen in 2009 Sortiment und Verkaufsargumente	Samsung Produkte gemeinsam nutzen & verkaufen Praxisworkshop mit TV, Notebooks, Camis und mehr
14:00-14:45 Samsung LED TV: Die neue TV Kategorie Sortiment und Verkaufsargumente	Samsung Kalibrierung: Qualität, Service und Zusatzgeschäft
15:00-15:45 Samsung LCD und Plasma: Bedeutung und Chancen in 2009 Sortiment und Verkaufsargumente	Samsung Multimedia & Internet@TV Praxisworkshop mit TV, BluRay, Heimkino und mehr
16:00-16:45 Samsung LED TV: Die neue TV Kategorie Sortiment und Verkaufsargumente	Samsung Produkte gemeinsam nutzen & verkaufen Praxisworkshop mit TV, Notebooks, Camis und mehr
17:00-17:45 Samsung LCD und Plasma: Bedeutung und Chancen in 2009 Sortiment und Verkaufsargumente	Samsung Multimedia & Internet@TV Praxisworkshop mit TV, BluRay, Heimkino und mehr
18:00-18:45 Samsung LED TV: Die neue TV Kategorie Sortiment und Verkaufsargumente	Samsung Produkte gemeinsam nutzen & verkaufen Praxisworkshop mit TV, Notebooks, Camis und mehr
19:00-19:45 Samsung LCD und Plasma: Bedeutung und Chancen in 2009 Sortiment und Verkaufsargumente	Samsung Kalibrierung: Qualität, Service und Zusatzgeschäft
20:00-20:45 Samsung LED TV: Die neue TV Kategorie Sortiment und Verkaufsargumente	

Home Theater Sound Bar mit kabellosem Subwoofer

Blu-ray Heimkino-Systeme

Mit seinen neuen Heimkinosystemen setzt Samsung auf Blu-ray, Design und drahtlose Datenübertragung. Die Player und Surroundanlagen genügen selbst Heimkino-Ansprüchen.

Samsungs HT-BD8200 ist die erste Home Theater Sound Bar, die mit einem Blu-ray Disc-Player und einem kabellosen Subwoofer ausgerüstet ist. Das System besitzt einen integrierten Blu-ray Disc-Player mit Full-HD 1.080p-Playback und virtuellem 5.1 Kanal Surround Sound. Als eigenständige Anlage lässt sich die nur 6,6 Zentimeter tiefe HT-BD8200 auch an der Wand befestigen. Der kabellose Subwoofer sorgt für ein Höchstmaß an Flexibilität bei der Platzierung im Raum. Die HT-BD8200 ist mit Samsungs „Smart Volume“-Technologie ausgestattet, die für eine automatische Lautstärkenanpassung beispielsweise beim Wechsel von Spielfilm auf Werbung während einer Sendung sorgt. Die Anlage ermöglicht zudem die Wiedergabe von Videos, Fotos oder Musik von digitalen Geräten wie Media-Playern,

Handys und Digitalkameras, entweder über den eingebauten USB-Port oder die kabellose Bluetooth-Schnittstelle. Wird der optional erhältliche WLAN- (802.11 b/g/n) USB-Dongle an die Anlage angeschlossen, kann diese auch auf PC oder NAS-Servern gespeicherte Inhalte wiedergeben.

Das HT-BD7200 2.1 Kanal Blu-ray Home Theater erzeugt mit nur zwei Lautsprechern 400 Watt Ausgangsleistung und einen simulierten 5.1 Kanal Surround Sound. Auch diese Anlage lässt sich über einen USB-Dongle WLAN-fähig (802.11 b/g/n) machen.

Blu-ray-Player für die Wandmontage

Ebenso wie bei den Heimkinoanlagen setzt Samsung im Bereich der Blu-ray-Player neue Maßstäbe. Die BD-P4610- und BD-P3600-Geräte unterstützen BD Live (Profil 2.0) und Bonus View (Profil 1.1) sowie Full-HD 1.080p Blu-ray-Wiedergabe mit DVD-Upscaling und HD-Soundtracks. Standard-CD-Wiedergabe mit Unterstützung für JPEG-Fotos und



DivX-Videos sorgt dafür, dass sich der Unterhaltungswert von BD-P4610 und BD-P3600 weiter erhöht. Der wandmontierbare BD-P4610 ist nur 1,5 Zoll dünn. Der P3600 wird mit einem USB WLAN-Modul (802.11b/g/n) geliefert, während der P4610 mit diesem nachgerüstet werden kann.

Beide Player sind in der Lage, die neuesten hochauflösenden digitalen Mehrkanal-Audiosoundtracks wie Dolby Digital Plus, Dolby TrueHD und dts-HD HR / MA zu decodieren. Der BD-P3600 kann auch jeden einzelnen Soundtrack als Bitstream über die analogen 7.1-Kanal-Audioausgänge oder als unkomprimiertes PCM-

HT-BD7200 2.1 Kanal Blu-ray Home Theater erzeugt mit nur zwei Lautsprechern 400 Watt Ausgangsleistung und einen simulierten 5.1 Kanal Surround Sound. Durch ihr kompaktes Design passt die Anlage in kleinste Räume.

Signal ausgeben, falls der Anwender den Player an einen älteren A/V-Receiver angeschlossen hat. „Mit WLAN-Funktionalität, schlankem Design und neuen Features gibt Samsung eine neue Richtung im Blu-ray-Bereich vor“, sagt Mike Henkelmann, Product Marketing Manager DAV bei Samsung. „Dank des Wandmontagedesigns macht der BD-P4610 den Einzug von Blu-ray in das Wohnzimmer einfacher als jemals zuvor.“

Plus X: Der Plus X Award geht ins sechste Jahr

Wirkung beim Konsumenten

In diesen Tagen endet die Anmeldefrist, innerhalb derer Hersteller ihre neuesten Produkte für den Plus X Award 2009 nominieren können. PoS-MAIL hat mit Plus X Award Präsident Donat Brandt über die Perspektiven für den Plus X Award im Jahr der Wirtschaftskrise gesprochen.

Im sechsten Jahr seines Bestehens ist der von Donat Brandt initiierte Plus X Award, zu dessen Partnern von Anfang an PoS-MAIL und die Schwesterzeitschrift *imaging+foto-contact* gehörten, zum größten Technologie-, Sport- und Lifestyle-Wettbewerb Europas geworden. Die Auszeichnung deckt 15 verschiedene Branchen ab und wird inzwischen von 39 Partnern unterstützt, darunter führende Einkaufskooperationen Europas, Print- und Online-Medien sowie internationale Leitmesse der Technologie-Branche.

PoS-MAIL: Herr Brandt, Sie haben den Plus X Award im Jahr 2004 ins Leben gerufen. Was soll das Siegel Plus X signalisieren?

Donat Brandt: Hersteller, Händler und Konsumenten stehen heute gleichermaßen vor der Situation, dass die überwiegende Mehrheit der Produkte eine durchweg gute Qualität bietet, ihre Vielfalt allerdings kaum noch zu durchschauen ist. Deshalb entstand die Idee, mit dem Plus X Award ein Qualitätssiegel zu schaffen, das auf den ersten Blick deutlich macht, welche Produkte einen echten Zusatznutzen – eben das Plus X – bieten. Wie die Entwicklung der letzten fünf Jahre gezeigt hat, ist uns das hervorragend gelungen.

PoS-MAIL: Müssen Sie im Zeitalter der Wirtschaftskrise nicht befürchten, dass die Hersteller wegen des Kostendrucks auch bei der Teilnahme an Wettbewerben sparen?

Donat Brandt: Nein, denn gerade in der schwierigen wirtschaftlichen Lage ist es für die Hersteller wichtig, ihre oftmals geringeren Media- und PR-Etats so effizient wie möglich einzusetzen. Und genau das können sie mit der Teilnahme am Plus X Award: Denn die Auszeichnung mit diesem Qualitätssiegel verschafft dem Unternehmen einen eindeutigen Wettbewerbsvorteil und stärkt die

Marktposition langfristig. Hersteller, die mit dem Plus X Award ausgezeichnet werden, können für eine geringe Lizenzgebühr das Plus X Award Gütesiegel nicht nur weltweit für ihre Marketing- und PR-Aktivitäten einsetzen, sondern auch von dem hohen Mediawert profitieren, der allen siegreichen Produkten zugute kommt.

PoS-MAIL: Ist dieser Mediawert ein besonderes Merkmal des Plus X Awards?

Donat Brandt: Ja, denn wir haben allein in diesem Jahr ein Marketing-Budget von über vier Millionen Euro vorgesehen, um die siegreichen Produkte in TV-Sendungen, Print-Kampagnen, im Internet und auf Messen zu präsentieren und damit die Marketing-Strategien der siegreichen Hersteller zu unterstützen. Der Plus X Award ist ein Innovationspreis. Das unterscheidet ihn von den meisten anderen Auszeichnungen. Die eingereichten Produkte werden nach strengen Kriterien in den Auszeichnungskategorien Innovation, Design, Bedienkomfort/Funktionalität, Ergonomie und Ökologie beurteilt.

PoS-MAIL: Wie muss man sich diese Beurteilung vorstellen?

Donat Brandt: Die Jury des Plus X Awards besteht ausschließlich aus ehrenamtlich tätigen Fachjournalisten und industrie-neutralen Branchenexperten, die seit vielen Jahren mit dem Markt vertraut sind und diesen zum Teil nachhaltig geprägt und verändert haben. Damit unterscheidet sich diese Auszeichnung deutlich beispielsweise von Leserwettbewerben, die oft als Preisausschreiben getarnt sind und bei denen Konsumenten über Produkte abstimmen, die sie noch nie zuvor in den Händen hatten. Die 31 namhaften Juroren und kompetenten Beiräte des Plus X Awards stehen deshalb für die Glaubwürdigkeit dieser Auszeichnung.



PoS-MAIL: Aber die Jury tagt hinter verschlossenen Türen. Wo bleibt da die Transparenz?

Donat Brandt: Natürlich können die oft engagierten Diskussionen der Jury nicht öffentlich dokumentiert werden. Dennoch zeichnet sich gerade der Plus X Award durch hohe Transparenz und Branchennähe aus: Jeder Interessent, egal ob Hersteller, Händler oder Endkunde, kann sich direkt und ohne Eingabe eines Passwortes auf unserer Internetseite über den Plus X Award und dessen siegreiche Produkte informieren. Dabei sind auch die Teilnahmebedingungen für jeden Interessenten uneingeschränkt und direkt einsehbar.

PoS-MAIL: Wird denn eine Auszeichnung wie der Plus X Award bei der Vielzahl von Qualitätssiegeln und Preisen überhaupt vom Endkunden wahrgenommen?

Donat Brandt: Um es auf den Punkt zu bringen: Schlechte Awards werden kaum wahrgenommen, gute hingegen schon. Und zu denen zählt mit Sicherheit der Plus X Award. Das zeigt sich schon daran, dass in unserem Kielwasser sehr schnell sehr viele neue Awards entstanden, die aber genauso schnell wieder in der Bedeutungslosigkeit verschwunden sind. Hier zahlt sich aus, dass wir durch die Kompetenz unserer Jury, die transparenten Entscheidungsprozesse und unsere massiven Marketing-Aufwendungen die Voraussetzungen dafür schaffen, dass der Plus X Award tatsächlich beim Endkunden ankommt. Darauf sollten Hersteller achten, bevor sie sich für die Teilnahme an einem Wettbewerb entscheiden.

PoS-MAIL: Stehen Sie mit dem Plus X Award nicht in direkter Konkurrenz zu Testzeitschriften?

Donat Brandt: Nein. Der Plus X Award ist als Innovationspreis

Mit 38 kompetenten Partnern und einem Marketingvolumen von über vier Millionen Euro ist der Plus X Award derzeit Europas größter Technologie-, Sport- und Lifestyle-Content. Begünstigt durch Übertragungen der Gala-Night im Fernsehen, ist das öffentliche Interesse an dieser Veranstaltung stark gestiegen.



Mit dem Preis „Most innovative Brand of the Year“ werden, wie hier die Sieger aus 2008, die innovativsten Marken des Jahres ausgezeichnet. Zugrunde liegt die Anzahl der vergebenen Award-Kategorien an die jeweilige Marke. Analog zu den elf Produktgruppen des Plus X Awards gibt es elf Most Innovative Brands.



Entertainment gehört zum Geschäft. Auf der letztjährigen Plus X Gala Night sorgte Tom Gaebel mit drei Songs aus seinem Album „Good Life“ für kurzweilige Unterhaltung. Begleitet von seiner elfköpfigen Big-Band bezauberte Gaebel die Gäste mit Liedern aus der großen Zeit von Frank Sinatra und Dean Martin.

eine wichtige und notwendige Ergänzung zu den etablierten Testzeitschriften, die eine wichtige Funktion erfüllen. Denn sie informieren die Endkunden nicht nur über die Vielfalt der Produkte, sondern klären sie auch über die wichtigsten technischen Details auf und sorgen so dafür, dass Hersteller ihre Produkten konsumentennäher produzieren.

PoS-MAIL: Was erwarten Sie für die Entwicklung des Plus X Awards in den nächsten Jahren?

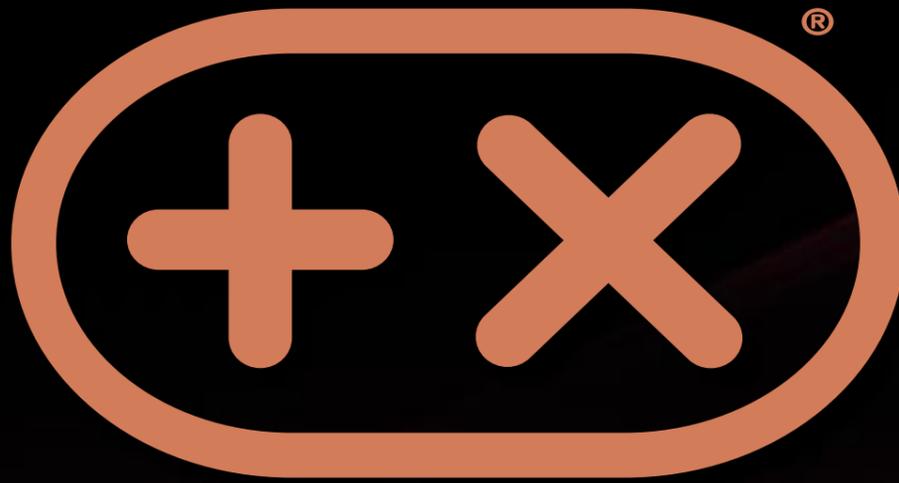
Donat Brandt: Unser wichtigstes Anliegen ist es, die Sieger des Plus X Awards langfristig noch stärker im Bewusstsein der Konsumenten zu etablieren. Dafür haben wir

bereits über 12 Millionen Euro in die Werbung für den Award und die siegreichen Produkte investiert – und diesen Weg setzen wir konsequent fort. Ich bin überzeugt davon, dass gerade in der heutigen Zeit der Plus X Award als eines der weltweit bedeutendsten Projekte zur Stärkung der Markenindustrie für den Hersteller wichtiger ist als jemals zuvor. Die Frage nach der Teilnahme an Europas größtem Technologie-Award stellt sich demnach eigentlich nicht mehr, weil sie sowohl vom Fachhandel als auch von den Konsumenten erwartet wird.

PoS-MAIL: Herr Brandt, wir danken Ihnen für dieses Gespräch.

TV
SPIELFILM

präsentiert den



PLUS X AWARD®



PLUS X AWARD-NIGHT 2009

Das Branchen-TV-Ereignis des Jahres

Wenn sich zahlreiche Journalisten, Fotografen und TV-Teams rund um den „Orange Carpet“ drängen, dann hat der Plus X Award abermals zum bedeutendsten sowie glamourösesten Event der Consumer Technologies-Branche geladen. Seien Sie dabei, wenn bekannte Top-Entscheider, hochkarätige Firmen-Repräsentanten und Prominenz aus Politik und Rundfunk voller Spannung den Ergebnissen der kompetenten Jury auf der Plus X Award-Night entgegenfiebern. Welches sind die besten Technologie-Produkte 2009? Wer darf eines oder auch mehrere der begehrten Plus X Award-Siegel für Innovation, Design, Bedienkomfort, Ergonomie und/oder Ökologie entgegennehmen? Und vor allem: Wer darf sich dieses Jahr zu den innovativsten Marken der Branche zählen und die imposante „Most Innovative Brand“-Trophäe in das Blitzlichtgewitter der anwesenden Presse halten? Seien Sie gespannt auf die Worte der Laudatoren, die Dankesreden der Sieger und auf die Showeinlagen des mit Spannung erwarteten Gala-Abends in Köln.

koelnmesse

Die Plus X Award-Night - am Sonntag, 7. Juni 2009 um 20:15 Uhr auf

ANIXE HD



TK



NAVI

Herweck Partner können jetzt auch das Produkt Weissfunk vermarkten

Herweck ermöglicht seinen Handelspartnern ab sofort auch die Vermarktung von Mobilfunkverträgen des Mobilfunk-Providers Weissfunk. Der ehemalige Prepaid-Anbieter Schwarzfunk hat mit seinem Nachfolgeprodukt Weissfunk den Schwerpunkt auf Mobilfunk-Kunden gelegt, die mangels Bonitätsbewertung rechtliche Probleme haben, einen Mobilfunkvertrag abzuschließen. Trotz negativer Kreditauskunft bei der Schufa oder bei Creditreform bekommen diese Kunden einen Vertrag und ein kostenloses Handy. Potenzielle Weissfunk-Kunden müssen eine Obergrenze für ihre Telefonkosten festlegen. Diese lässt sich in 20-Euro-Stufen zwischen 40 und 200 Euro festlegen. Neben einer Anschlussgebühr von 25 Euro verlangt Weissfunk von seinen Kunden bei Abschluss eines Vertrages eine Kautionszahlung, die sich an der Höhe des selbst festgelegten Telefonverhaltens orientiert. Nach Vertragserfüllung wird die Kautionszahlung verzinst zurückgezahlt. Die Schwarzfunk GmbH hat ihren Sitz auf der Leibnizstraße 33 in 10625 Berlin. www.weissfunk.com/www.herweck.de

GMX macht das Surfen im Internet für seine Kunden sicherer

Ab sofort können GMX-Nutzer ihren Computer zusätzlich mit Norton Internet Security 2009 schützen. GMX bietet die Sicherheits-Software in seinem Premiumtarif GMX TopMail ein Jahr lang gratis an, danach gibt es die jeweils neueste Version zum exklusiven Vorzugspreis von nur 99 Cent pro Monat. In Verbindung mit

dem kostenlosen Tarif GMX FreeMail oder mit GMX ProMail kostet das Sicherheitspaket monatlich 3,49 Euro (inklusive einer dreimonatigen Gratis-Testphase) statt der üblichen 4,99 Euro. Die Sicherheits-Software der Firma Symantec schützt Rechner vor Viren und Würmern ebenso wie vor Hacker- oder Spionage-Angriffen. Tägliche Updates sorgen für höchsten Sicherheitsstandard. Das mehrstufige, aufeinander abgestimmte Spam-Schutzsystem lässt sich individuell einstellen. Erkennt der GMX-Schutz Viren oder Trojaner, landen die toxischen E-Mails gar nicht erst im Postfach. Der potenzielle Empfänger erhält stattdessen eine entsprechende Benachrichtigung und kann dann entscheiden, ob er sich mit dem Absender der Mail in Verbindung setzen möchte. Außerdem werden Benutzername und Passwort bei der Anmeldung zum GMX E-Mail-Dienst unter <https://www.gmx.net> über eine verschlüsselte Verbindung übertragen (SSL-Login). www.gmx.de

Rüdiger Kriete und Christian Strube neu im Degen Führungsteam

Mit den Neuzugängen Rüdiger Kriete und Christian Strube hat sich der Heilbronner Distributor Degen Verstärkung in den Bereichen Vertrieb und Einkauf geholt. Kriete übernahm die Gesamtvertriebsleitung über Innen- und Außendienst. Seit 1996 ist er in der Mobilfunkbranche in verschiedenen Positionen im Vertrieb tätig. Somit bringt er umfassende Vertriebs- und Branchenkenntnisse mit. Zuletzt war der 36jährige Osnabrücker als Vertriebsleiter bei NT plus beschäftigt. Zudem wurde die Position des Einkaufsleiters neu besetzt. Seit Mitte Dezember leitet Christian Strube bei Degen die Geschäfte des

Einkaufs. Der 28jährige ist seit acht Jahren im Mobilfunk beschäftigt. Er besitzt sowohl Vertriebs- als auch Einkaufserfahrung. Gemeinsam wollen sie die Degen GmbH communication mit Engagement und ihrer langjährigen Erfahrung stärker im Fachhandel platzieren. Dazu sollen die Konditionen für die Kunden weiter optimiert und eine offensivere Preisstrategie verfolgt werden. www.degen.de

ENO bietet Navigation von a-rival mit speziellen Infos für LKW-Fahrer

ENO hat den Lieferanten a-rival ins Portfolio aufgenommen, der Navigation speziell für LKW-Fahrer anbietet. Egal ob es um die Höhe bei Brücken oder Unterführungen auf der Strecke, das zulässige Gewicht bestimmter Abschnitte oder sonstige Einschränkungen, die speziell die Trucker interessieren, geht – in den a-rival Geräten sind diese Infos inklusive. Die LKW-Beschränkungen (Dimensionen: zulässige Höhe, Gewicht usw.) sind dabei derzeit für viele europäische Länder vollständig verfügbar und werden mit dem Tele Atlas Kartenmaterial für Europa genutzt. Neben den Standardfunktionen einer Navigation bieten die Geräte von a-rival die Tourenplanung über mehrere Stopps, einen leistungsstarken Routenplaner zur Fahrtvorbereitung sowie eine Warnung, wenn das Ziel in einem gesperrten Bereich liegt. Die wichtigsten Einstellungen sind während der Fahrt mit nur zwei Klicks erreichbar. Dank TMC können via a-rival Staumeldungen nicht nur empfangen, sondern auch automatisch umfahren werden. Dabei sind zeitsparende Straßennetze selbstverständlich – es sei denn, das Fahrtziel erfordert Wege durch Ortschaften oder die

www.eno.de

1&1 integriert hochwertige Homebanking-Software

Die 1&1 Internet AG hat ihre Doppel-Flat-Pakete um eine hochwertige Homebanking-Software erweitert. Mit 1&1 Homebanking, einer speziellen Edition des Kontoführungsprogramms aus dem Akademische Arbeitsgemeinschaft Verlag, lassen sich Bankgeschäfte dank des Standards HBCI (Homebanking Computer Interface) sicher und schnell am Computer erledigen. 1&1 Homebanking präsentiert dem Nutzer jederzeit alle Kontostände und Umsätze, unabhängig davon wie viele Konten von wie vielen verschiedenen Banken geführt werden. Zu Überweisungen und Daueraufträgen kommen Komfort-Funktionen wie beispielsweise eine Volltextsuche über alle Banken oder die Möglichkeit, mehrere Überweisungen mit nur einer TAN abzuwickeln. Für wechselwillige T-Online-Kunden enthält 1&1 Homebanking einen Importfilter, mit dem sich Daten der T-Online-Banking-Software der Versionen 5.0, 5.1, 6.0 und 7.0 problemlos übertragen und weiterbearbeiten lassen. „1&1 Homebanking“ steht ab sofort allen 1&1 DSL-Neubestellern zur Verfügung. Anwender, die bereits über einen 1&1 DSL-Anschluss verfügen, können die komfortable Kontoführungssoftware ebenfalls in Kürze ohne Mehrpreis nutzen sowie auf Wunsch das optionale Software-Paket 1&1 Homebanking & Steuern für 2,99 Euro im Monat zubuchen. Dieses bietet neben einigen zusätzlichen Homebanking-Funktionen die Vollversion der prämierten „Steuer-Spar-Erklärung 2009“ sowie den hochwertigen „SteuerSpar Tipps Infodienst“ der Akademischen Arbeitsgemeinschaft. Die „Steuer-Spar-Erklärung 2009“ ermöglicht die schnelle und bequeme Erstellung der Steuererklärung 2008 mit allen Anlagen. Steuerlich absetzbare Ausgaben werden dabei auf Wunsch aus der 1&1 Homebanking-Software übernommen, so dass nur wenige manuelle Eingaben notwendig sind. www.1und1.de/dsl

Nutzung weniger ausgebauter Strecken. Liegt das angestrebte Ziel innerhalb eines gesperrten Bereichs, so erfolgt mit der Berechnung eine prompte Warnung. Besondere Features im Multimediabereich sind beispielweise ein Video-Player, ein Foto-Explorer, Musikwiedergabe, E-Book sowie ein integrierter Taschenrechner. Das 5 Zoll LCD Touch Screen bietet 65.000 Farben bei einer Auflösung von 480 x 272 Pixeln. www.eno.de

stick Speed an und Mitte April kommt die neue Express-Card O2 Surfcard Speed auf den Markt. Beide Produkte unterstützen HSUPA und ermöglichen den schnellen Upload großer Datenmengen mit Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 5,76 Mbit pro Sekunde. Der Empfang von Daten erreicht per HSDPA eine Geschwindigkeit von bis zu 7,2 Mbit/s. www.o2online.de

Händler können jetzt bei Herweck ihre Bonuspunkte online abfragen

Herweck vereinfacht sein Bonussystem mit einem neuen Systemfeature im Onlineshop: Ab sofort können Fachhändler dort einfach und schnell unter dem Menüpunkt „Belege“ den aktuellen Stand ihrer Bonuspunkte abrufen. Für jede durchgeführte Reparatur an Geräten der Marken LG, Nokia, Sony Ericsson, Motorola und Samsung erhält der Handelspartner einen Bonuspunkt im Wert von 50 Cent. Die gesammelten Bonuspunkte werden mit einer kostenpflichtigen Reparatur verrechnet oder können gegen Freeway-Paketaufkleber zur kostenlosen Einsendung der Reparaturgeräte eingetauscht werden. Für weitere Fragen erreichen Fachhändler die Service-Hotline des Herweck Technikcenters (auch telefonische Reparaturstatusauskunft möglich) unter Telefon 06849-9009-280, Telefax 06849-9009-299, technikcenter@herweck.de. www.herweck.de

Kunden von O2 können bald Daten im HSUPA-Tempo verschicken

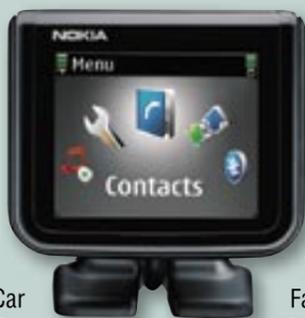
Das mobile Internet von Telefónica O2 Germany erhält dank HSUPA jetzt noch mehr Geschwindigkeit. Ab Mitte März bietet O2 den neuen O2 Surf-

TomTom ermöglicht europaweite Nutzung des Verkehrsservices

TomTom hat die Verfügbarkeit der Active Dock Traffic-Halterung mit integriertem RDS-TMC-Verkehrsinformationsempfänger für den TomTom GO 940 LIVE und den GO 740 LIVE bekanntgegeben. Sie ermöglicht Fahrern, europaweit auf dem aktuellen Stand der Verkehrslage zu sein. Der Wechsel von HD Traffic-Verkehrsinformationen, die Nutzer in ihrem Heimatland empfangen, auf RDS-TMC-Verkehrsinformationen im Ausland erfolgt nahtlos beim Grenzübertritt. Damit erhalten Fahrer eine realistischere Angabe der Reisedauer für die gesamte Reisedauer innerhalb Europas. Zusätzlich bietet die Halterung eine iPod- und eine Audio-Out-Schnittstelle. Die Anwender des TomTom GO 940 LIVE und des TomTom GO 740 LIVE erhalten die aktuellsten Reise- und Verzögerungszeiten in ihrem Heimatland über den HD-Traffic-Verkehrsinformationsservice. Der Service liefert dem Fahrer aktuellste Verkehrsinformationen auf Haupt- und Nebenstraßen und bietet bei Verzögerungen Alternativrouten an. Wenn der Fahrer sein Navigationssystem mit dem Active Dock Traffic verbindet, wechselt das System bei einem Grenzübertritt automatisch von HD Traffic auf RDS-TMC-Informationen. www.tomtom.com

Nokia startet neues Verkaufsprogramm für Auto-Zubehörprodukte

Nokia unterstützt den Fachhandel beim Verkauf seiner neuen Car Kit Einbausätze zum kabellosen Telefonieren im Auto mit einem neuen Verkaufsprogramm. Die am „Value Added Retail Service“ (VARS) Programm des Unternehmens teilnehmenden Händler und Kfz-Einbauer erhalten dabei in Kooperation mit Distributoren umfangreiche Unterstützung beim Verkauf und Kundenservice der Zubehörprodukte. Das neue Programm ist auf die Bedürfnisse der Händler zugeschnitten, indem es Händlern spezielle Trainings, Marketingunterstützung und Kontaktmöglichkeiten bietet. Das VARS Programm steht den bei Nokia registrierten Distributoren, Händlern und Kfz-Einbaupartnern ab sofort zur Verfügung. Um die Kompetenz der am VARS Programm teilnehmenden Partner beim Verkauf, Einbau und Service der Nokia Car Kits zu gewährleisten, bietet Nokia ausführliche Schulungen und Praxistrainings zu den einzelnen Produkten an. Darüber hinaus stellt Nokia Kompatibilitätsübersichten und Informationsmaterialien zur Verfügung und bietet Händlern Hilfe beim Software-update der Produkte. Teilnehmende Händler und Einbaupartner erhalten von Nokia zudem Unterstützung beim Marketing der Zubehörprodukte; angefangen von PoS-Materialien bis zu Live-Demonstrationsgeräten oder Promotioneinsätzen. Für Rückfragen erhalten Händler



einen Zugang zu einer speziellen Hotline, unter der geschulte Mitarbeiter Detailfragen beantworten. Das Nokia VARS Programm richtet sich ausschließlich an Fachhändler und Kfz-Einbaupartner. Die Koordination und Abwicklung wird dabei von Nokia und Distributionspartnern organisiert. Sie sorgen neben der Lieferung der Produkte auch für die Buchung von PoS-Materialien oder Produktschulungen und übernehmen die Abrechnung der Provisionen der Händler. Die neue Generation der Nokia Car Kits richtet sich an Autofahrer, die unterwegs mit dem gleichen Komfort telefonieren möchten, wie im Büro oder zu Hause. Alle Car-Kits sind mit zahlreichen Mobiltelefonen via Bluetooth kompatibel und bieten durch die nahtlose Integration in das Audiosystem im Fahrzeug eine ausgezeichnete Klangqualität. Flaggschiff der aktuellen Car Kit Generation von Nokia ist das CK 600 (Bild). Es bietet neben einem Bedienelement ein helles TFT-Farbdisplay, das am Armaturenbrett befestigt wird. Auf ihm lassen sich Informationen zum Anrufer erkennen oder einzelne Optionen zur Musikwiedergabe anzeigen. Zudem bietet das CK 600 die Möglichkeit zum Herunterladen von Kontaktdaten für zwei verschiedene Nutzer. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 225 Euro. www.nokia.de

Allnet Händler trafen sich zum Jahresauftakt Gütesiegel „Made in Germany“

Der Germeringer ITK-Hersteller und Distributor Allnet Deutschland lädt traditionell zum Beginn eines jeden Jahres seine Top-Händler zur Jahresauftaktveranstaltung ein. Auf dem Programm stehen dann immer unter anderem der Rückblick auf das abgelaufene Geschäftsjahr und ein Ausblick auf die kommenden

Monate. In diesem Jahr fand die Veranstaltung weit im Norden statt, bei Agfeo in Bielefeld. Da man auf seiten von Allnet aber nicht ganz auf das heimische Flair verzichten wollte, startete das Treffen mit einem zünftigen Weißwurstfrühstück im Bayerischen Landhaus in Bielefeld.

Applikationen zu den Themen Gebäudeautomation und -steuerung über das Apple iPhone. Zusammen mit den Partnern IP-Symcon und CasaRemote wird die Leistungsfähigkeit des Allnet ALL4000 Sensormeters in unterschiedlichen Anwendungsberei-

wir uns bei unseren Kunden für die gute und vertrauensvolle Zusammenarbeit im vergangenen Jahr bedanken“, meinte Allnet Produktmanager Helmut Freytag. Der Allnet Messestand wird auch am CeBIT-Wochenende mit voller Personalstärke besetzt sein, um so auch kleineren Fachhändlern mit Ladengeschäft die Möglichkeit zu geben, sich umfassend über das Allnet Produktportfolio zu informieren.

Anschließend fuhr die Gruppe mit den beiden Gastgebern Johannes Haseneder aus dem Bereich Telekommunikation von allnet und Christian Wallisch, Leiter Großkundenvertrieb Süd/Ost, Österreich bei Agfeo, zum Agfeo Werk. Dort konnten sich die Gäste zunächst im Rahmen einer ausführlichen Werksführung von der Arbeit und Leistungsfähigkeit ihres Lieferanten überzeugen. Große Aufmerksamkeit galt beim Rundgang der automatisierten Produktion, den strengen Qualitätskontrollen, die das Gütesiegel „Made in Germany“ rechtfertigen, und der Entwicklungsabteilung, in der hochqualifizierte Ingenieure und Techniker an der Neu- und Weiterentwicklung der Agfeo Produkte arbeiten.

In der Abteilung Hotline wurden die Händler von den Agfeo Mitarbeitern persönlich begrüßt, deren Stimmen viele der Gäste bereits durch Telefongespräche kennengelernt hatten. Den Abschluss bildete eine kurze Schulung, in der Agfeo über neue Produkte und technische Änderungen informierte und zielgruppenorientierte Verkaufsargumente lieferte.



Bei einem informativen Rundgang durch das Agfeo Werk in Bielefeld konnten sich die Allnet Händler hautnah ein Bild von der High-Tech-Produktion und den vielfältigen Maßnahmen zur Qualitätssicherung des deutschen Herstellers machen.



chen praxisnah demonstriert. Als zweites Schwerpunktthema stellt Allnet Lösungen zum Thema Industrial Powerline vor. Mit dieser Allnet Innovation lassen sich auch große Gebäude mit deutlich geringerem Zeitaufwand mit der

Powerline Technologie ausstatten. So lässt sich das hausinterne Stromnetz kostengünstig zur Datenübertragung nutzen.

Entspannung und Abwechslung finden die Besucher auch dieses Jahr wieder in der Allnet Reseller Lounge. Hier trifft man sich zu einem entspannten „meet & greet“ mit dem Allnet Salesteam, um sich über die neuesten ITK-Trends auszutauschen. Neben allen verantwortlichen Allnet Produktmanagern werden auch wieder Vertreter der zahlreichen ausländischen Allnet Tochtergesellschaften anwesend sein und sich auf viele interessierte Besucher freuen.

Seit Anfang Februar erhalten alle Allnet Fachhandelspartner mit ihrer Bestellung ein kostenloses CeBIT Gast-Ticket als Dankeschön. „Auf diese Weise möchten

Die Allnet GmbH

Der 1991 in Germering bei München gegründete Hersteller und Distributor Allnet GmbH bietet seinen Fachhandelspartnern mehr als reine Distribution. Neben Produkten der führenden Hersteller aus dem ITK-Bereich vertreibt das Unternehmen unter eigenem Brand auch eine breitgestreute Produktpalette für die Bereiche Telekommunikation, Netzwerk und Security. Mit dem 802.lab bietet der Hersteller und Distributor ein eigenes Schulungs- und Workshop-Center zur aktiven Fachhandelsunterstützung an. Allnet, einer der führenden Distributoren aus dem ITK-Bereich, unterhält neben der Firmenzentrale in Germering zahlreiche weitere Niederlassungen in Europa und Übersee.

Allnet Partner sammeln mit Agfeo Punkte und bekommen dafür hochwertige Prämien

Auch 2009 hat Allnet wieder seine Agfeo Profipunkte Aktion mit dem Bielefelder TK-Hersteller Agfeo gestartet. Bei der Aktion erhalten alle Allnet Fachhändler beim Kauf eines der zwölf prämierten Agfeo Produkte zwischen fünf und 40 Profipunkte gutgeschrieben. Bereits ab 100 Prämienpunkten winken die ersten attraktiven und hochwertigen Sachpreise. Seit Jahresbeginn nehmen bereits alle Käufer von Agfeo-Produkten automatisch an der Bonusaktion teil und sammeln Punkte. In regelmäßigen Abständen werden die Allnet Fachhändler über den aktuellen Stand informiert.

In den vergangenen Jahren gab es Hilti Bohrmaschinen, Philips TFT Fernseher und im vorigen Jahr verschiedenste Produkte von Apple, vom iPod Nano bis zum MacBook Air. Welche Prämien in diesem Jahr zu haben sind, wurde bis Redaktionsschluss noch nicht bekanntgegeben, aber auf der CeBIT wird Allnet auf seinem Messestand in Halle 13, C57, das Geheimnis lüften.

Im Rahmen des Allnet-Agfeo-FoRums erhalten vorab registrierte Fachhändler neben einer kostenlosen CeBIT Eintrittskarte einen Imbiss sowie eine fachhandelsorientierte Führung und Produktvorstellung direkt am Agfeo Messestand. Als Messe-Bonus bekommen alle Teilnehmer des Allnet-Agfeo-FoRums einen einmaligen Sonderbonus von 25 Profipunkten geschenkt. Weitere Informationen sowie eine Übersicht aller Prämien stellen Allnet und Agfeo zur CeBIT in Hannover vor.

Zwei Schwerpunktthemen auf dem CeBIT Stand

Die Händler erfuhren darüber hinaus, dass Allnet auch in diesem Jahr wieder auf der CeBIT vertreten sein wird. Zu finden ist der 200 Quadratmeter große Stand in Halle 13, Stand C57. Dort stellt Allnet sein umfangreiches Produktsortiment aus den Bereichen Powerline, Netzwerk, Security und Home Automation vor. Neben den eigenen Produkten finden sich auch in diesem Jahr wieder zahlreiche Exponate von führenden Herstellern aus dem Allnet Distributionskanal direkt am Messestand. Zusätzlich ist mit Aastra DeTeWe wieder einer der international führenden Tk-Hersteller als Unteraussteller am Allnet Ausstellungsstand vertreten. Die Germeringer zeigen dieses Jahr innovative Lösungen und

TK



NAVI

Neue Garmin Karte ermöglicht Routing auf Rad- und Wanderwegen

Die neue Topo Deutschland Version 3 von Garmin ist eine digitale topografische Landkarte, die erstmals das Routing auf Rad- und Wanderwegen ermöglicht. Die Karte lässt sich auf Windows-PCs und erstmals auch auf Apple Computern (ab OS X 10.4 aufwärts) sowie auf Garmin Geräten nutzen und erlaubt auf 60.000 km Radrouten sowie 8.000 km Wanderwegen eine geführte Navigation ähnlich der Handhabung eines Straßennavigators: Nach Eingabe von Start und Ziel wird die Route automatisch berechnet. Visuelle Abbiegehinweise führen anschließend bequem zum Ziel.

gibt es ein Lederetui, das Ton-in-Ton zum Gerät passt. Die Navigationsgeräte zeichnen sich durch Funktionen wie verbesserte Kartendarstellung und Routenberechnung, schnellere Satellitenlokalisierung mit HotFix und durch PhotoNavigation mit Garmin-Connect-Fotos aus. Das nüvi 255 black & white enthält vorinstalliertes Kartenmaterial von 40 Ländern West- und Osteuropas und ist ab Mitte



Februar exklusiv im Onlineshop von Amazon unter www.amazon.de erhältlich. Der Preis für das Gerät inklusive der schicken Ledertasche beträgt dort 149 Euro. www.garmin.de

Neuer TouchDown Client synchronisiert das G1 von Google mit Outlook

Der US-amerikanische Hersteller Nitrodesk bietet mit TouchDown einen Client, der die Outlook-Synchronisation (direkter Abgleich der E-Mails, des Kalenders und der Kontakte) mit dem Google Handy G1 ermöglicht. TouchDown ist kompatibel mit Microsoft Exchange Server 2003/2007 SP1 und mit den meisten Online Exchange Hosting Providern. Eine limitierte Testversion ist im Android Market

Garmins Einstiegsgerät nüvi 255 gibt es jetzt auch in Schwarz und Weiß

Bei Garmin gibt es das Einstiegs-Navigationsgerät nüvi 255 jetzt auch in den Gehäusefarben Weiß und Klavierlack-Schwarz. Jeweils entsprechend dazu

des G1-Handys frei verfügbar. Die Lizenz für die Vollversion kostet knapp 30 Dollar (ca. 23 Euro); der Aktivierungscode kann über Nitrodesk (www.nitrodesk.com) erworben werden. Die Einrichtung von Touch-Down erfolgt in wenigen Schritten. Benötigt werden lediglich die Webadresse von Outlook Web Access sowie die User ID und das Passwort. Das Programm läuft komplett auf dem Handy, benötigt keine weitere Software oder Einrichtung am Exchange Server und unterstützt eine sichere Verbindung über SSL.

Gigaset E490/495 ist gegen Staub, Stöße und Spritzwasser geschützt

Das neue Siemens Gigaset E490/E495 ist gegen Staub, Stöße und Spritzwasser geschützt und eignet sich daher besonders für den Einsatz in rauer Umgebung, also zum Beispiel beim Heimwerken im Keller, im Handwerksbetrieb oder bei der Gartenarbeit. Zur umfangreichen Ausstattung des Gerätes gehören ein großes Farbdisplay mit Grafikmenü, Vibrationsalarm und eine hochwertige Freisprecheinrichtung in Voll-Duplex-Qualität. Mit dem zum Lieferumfang gehörenden Gürtelclip kann man das Mobilteil des Gigaset E490/E495 stets bei sich tragen. Über den 2,5 mm Klinkenstecker ist bei Bedarf ein Kabel-Headset anschließbar. Die separate Basisstation und die Ladeschale lassen sich mit Hilfe der Wandhalterung



platzsparend und flexibel montieren. Das Gigaset E490/E495 bietet nach Herstellerangaben höchsten Bedienkomfort auch unter erschwerten Bedingungen: Die hochwertige Freisprechfunktion in Voll-duplex-Qualität mit regulierbarer Lautstärke ermöglicht freihändiges Telefonieren. Viel Bedienkomfort garantieren zudem das sechszellige Farbdisplay (128 x 128 Pixel, 1,5 Zoll) mit einem übersichtlichen, selbsterklärenden Menü und das große, beleuchtete Tastenfeld. Die Akkukapazität reicht für bis zu 250 Stunden Standby-Betrieb oder zwölf Stunden Gesprächszeit. Im Telefonbuch der Neuheit finden bis zu 150 Namen und Rufnummern Platz. Den im Rufnummernspeicher hinterlegten Kontakten lassen sich unterschiedliche Anrufmelodien zuordnen (VIP-Ruf). Neben fünf Standardmelodien stehen weitere zehn polyphone Klingeltöne zur Verfügung. Das Mobilteil des Gigaset E490/495 kann auch zur Raumüberwachung als Babyphone eingesetzt werden. Zur Aufzeichnung von Sprachnachrichten bietet das Gigaset E495 einen digitalen Anruf-

Nokia erweitert sein XpressMusic Portfolio mit dem neuen Nokia 5630 XpressMusic

Nokia hat das neue Series 60-Gerät Nokia 5630 XpressMusic vorgestellt. Das flache Mobiltelefon bietet umfangreiche Entertainmentfunktionen zum schnellen und mühelosen Wiedergeben von Musik und Videos, Spielen oder Austausch von Medien und Inhalten. Es setzt die Reihe der XpressMusic Geräte fort und ist mit einem hervorragenden Musik-Player mit herausragender Klangqualität zur mobilen Wiedergabe von Musik und Videos ausgestattet. Spezielle Tasten ermöglichen den direkten Zugriff auf die Unterhaltungsfunktionen. Die beiliegende 4 GByte große Speicherkarte bietet Platz für bis zu 3.000 Musiktitel und lässt sich per optional erhältlicher microSD-Speicherkarte um 16 GByte erweitern. Unterstützt werden alle gängigen Musikformate. Ein 3,5-mm-AV-Anschluss erlaubt das Anschließen von handelsüblichen Kopfhörern. Die stimmenbasierte Nokia „Say and Play“-Funktion ermöglicht müheloses Starten eines Songs durch Sprechen des Namens eines Interpreten oder Musiktitels. Die Neuheit soll in ausgewählten Ländern mit dem revolutionären Dienst „Comes With Music“ angeboten werden. Dieser ermöglicht Käufern ein Jahr lang unbegrenzte Downloads aus dem gesamten Nokia Music Store Katalog – mit Millionen von Musiktiteln internationaler und lokaler Interpreten. Nutzer können alle Titel, die sie bis zum Ablauf des Jahres heruntergeladen haben, behalten und weiterhin nutzen. Für alle Spielefans lassen sich bereits vorinstallierte N-Gage-Spiele als Testversion ausprobieren und bei Interesse kaufen. Im Lieferumfang des Nokia 5630 XpressMusic ist zudem eine Voll-lizenz für ein N-Gage-Spiel enthalten. Eine 3,2-Megapixel-Kamera mit Schärfe-Automatik und Blitzlicht gehört ebenfalls zur Ausstattung.



www.nokia.de

beantworter mit bis zu 45 Minuten Aufnahmezeit, Fernabfragefunktion und SMS-Benachrichtigung für neu eingegangene Nachrichten. Die Basisstation des Gigaset E490/E495 ist auf bis zu sechs Mobilteile erweiterbar. Diese können auch an einer Gigaset ISDN-Basisstation betrieben werden. Außerdem ist das neue E-Klasse-Telefon mit der Türsprechstelle Gigaset HC450 kompatibel.

Beide Telefone sind ab sofort erhältlich. Die unverbindlichen Verkaufspreise lauten: Siemens Gigaset E490: 89,99 Euro, Gigaset E495 mit integriertem Anrufbeantworter: 109,99 Euro, zusätzliches Mobilteil inklusive Ladeschale: 89,99 Euro. www.gigaset.de

ClarionMiND ermöglicht mobilen Internetzugang auch im Fahrzeug

Clarion hat mit dem Clarion MiND eine vollkommen neue Gerätekategorie eingeführt: Die Neuheit ermöglicht freien Zugang zum Internet jederzeit und überall, zum Beispiel im Auto, zu Hause, im Büro oder an Hotspot-Locations, über WiFi. Auch Internet per Bluetooth und Mobiltelefon ist möglich. Neueste Informationen sind damit unbeschränkt verfügbar. Das ClarionMiND vereint als erstes portables Gerät seiner Kategorie eine ultraschnelle Internetanbindung und topaktuelle Multimediafunktionen mit

anspruchsvoller Navigationstechnologie. Anlässlich der offiziellen Markteinführung lädt Clarion zur CeBIT ein. Das Gerät ist mit einem Intel Atom-Prozessor für ultramobile Geräte und einem 4,8 Zoll großen WVGA-Touchscreen mit 800 x 480 Pixeln ausgestattet. Die Online-Portale Google Maps, YouTube und MySpace können dank speziell angepasster Anwendungen sogar während der Fahrt in optimaler Qualität aufgerufen werden. Mit der optionalen Dockingstation kann der Nutzer nicht nur die Sprachführung der Navigationsfunktion, sondern auch seine Lieblingssongs über die Bordlautsprecher der Car-HiFi-Anlage ausgeben lassen. Gleichzeitig stehen



ihm über die integrierte RDS-TMC-Funktion (Radio Data System/Traffic Message Channel) jederzeit aktuelle Verkehrsinformationen zur Verfügung. Eine schnelle und intuitive Bedienung des ClarionMiND ermöglicht das Clarion H.M.I. (Human Mobile Music Media Interface), eine Benutzeroberfläche, die das Ergebnis jahrelanger Erfahrung des Unternehmens bei der Entwicklung preisgekrönter, erstklassiger Audio- und Navigationssysteme für den Fahrzeugbereich darstellt.

www.clarion.de

Das S8300 UltraTouch erweitert Samsungs Angebot an berührungsempfindlichen Geräten

Samsung Electronics erweitert mit dem S8300 UltraTouch sein Angebot an Geräten mit berührungsempfindlichem Display. Das Lifestyle-Produkt zeichnet sich sowohl durch Funktionsvielfalt als auch durch seine gelungene Optik aus. Das Herzstück des S8300 UltraTouch ist das 2,8" große berührungsempfindliche AMOLED-Display. Der sensible Touchscreen reagiert empfindlich auf jede Fingerberührung und ermöglicht dem Nutzer eine bequeme Navigation durch die intuitive TouchWiz-Oberfläche. Über die neuen Online-Widgets ist ein schneller Zugriff auf bevorzugte Webseiten möglich – mit einem leichten Fingerstreichen zieht man das entsprechende Symbol aus der Menüleiste auf den Startbildschirm. Bei Bedarf wartet das S8300 UltraTouch mit einer konventionellen 3 x 4-Tastatur auf, die mit einem Slider-Mechanismus in das schlanke Gehäuse integriert wurde. Das Gerät bietet außerdem eine 8-Megapixel-Kamera mit Autofokus, Hochleistungsblitzlicht und Gesichtserkennung sowie ein integriertes GPS-Modul. Damit ist es über die Geotagging-Funktion möglich, Fotodateien die entsprechenden Koordinaten zuzuweisen. Weiterhin ist das S8300 UltraTouch mit HSDPA, USB 2.0, Bluetooth mit A2DP und einem ausgefeilten Audio- und Videoplayer ausgestattet. Der 80 Megabyte große interne Speicher lässt sich mit einer microSDHC Karte problemlos um bis zu 16 Gigabyte erweitern. Das Samsung S8300 UltraTouch ist ab März zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 549 Euro auf dem deutschen Markt erhältlich. www.samsung.de



Aus freenet-mobilcom wird mobilcom-debitel

Wieder ein neuer Markenname

„Nichts ist so beständig wie der Wandel.“ Diese Weisheit mag so mancher der heutigen Handelspartner der freenet AG mit gemischten Gefühlen betrachten. Dies dürfte vor allem für diejenigen gelten, die bereits D-Plus-, dann Cellway-, dann Mobilcom- und dann freenet-mobilcom-Händler waren. Sie, und natürlich auch alle anderen Shops, Franchise- und freien Handelspartner mit stationärem Laden, müssen sich darauf einstellen, in einigen Wochen Produkte unter wieder einem neuen Markennamen verkaufen zu müssen: Ab April wird es die Marke mobilcom-debitel geben, die auch optisch am PoS präsentiert werden soll – verbunden mit einer erneuten Umdekoration.



So sieht das neue Logo der Marke mobilcom-debitel aus.

Immerhin bleibt die Grundfarbe Grün erhalten, die das Unternehmen seit Mitte 2007 in ihren Geschäften etabliert hat. Ob dies dann allerdings eine dauerhafte Lösung sein wird, ließen die Vertreter des Unternehmens beim traditionellen Gespräch mit der Fachpresse in München unbeantwortet. Möglicherweise steht den Händlern also früher oder später eine weitere Umfirmierung ins Haus.

Doch bis dahin wird noch einige Zeit vergehen. Deshalb zurück zum aktuellen Geschehen. „Mit dem Re-Branding werden wir eine

gleichberechtigte Markenunion von zwei starken Service-Providern zur klaren Nummer eins im Service-Provider-Geschäft und zur Nummer drei im gesamten Mobilfunkmarkt schaffen“, erläuterte Christoph Preuß, Leiter Retail Shops, Franchise und Schulungen der freenet AG. „Beide Marken können auf eine hohe Zahl von Bestandskunden zurückgreifen. Mit der neuen Marke bündeln wir die Werbekraft zweier etablierter Marken.“ Dabei sollen die Stärken zusammengeführt werden, die Mobilcom bislang im Fachhandel und debitel in der Großfläche

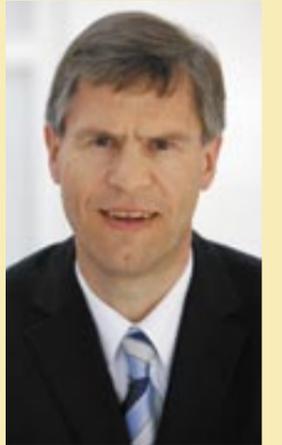
hatte. Mit der neuen Markenstrategie könne jetzt endlich eine einheitliche Wahrnehmung gewährleistet werden. Preuß: „debitel verfügte bislang nicht über ein etabliertes Vertriebsstellennetz, das vom Endkunden als Einheit wahrgenommen wurde. Mit der neuen Marke und dem neuen Design steigt die Wahrnehmbarkeit von debitel, und neue Kundenpotentiale im stationären Vertrieb werden geschaffen.“

Um die einheitliche Optik in allen Shops und bei allen Handelspartnern umzusetzen, verschwinden konsequenterweise die ebenfalls in jüngster Zeit in den freenet-Konzern eingefügten Marken Talkline und _dug, und auch der Name Freenet soll zukünftig am PoS nicht mehr zu finden sein, sondern nur noch im Zusammenhang mit dem DSL-/Portalgeschäft verwendet werden.

Dass man sich auch bei der neuen Marke an der Farbe Grün und dem bekannten Freenet-Logo (das die Unternehmensbereiche Mobilfunk, Breitband/Festnetz und Internet symbolisiert) orientiert, begründete Hubert Kluske, Geschäftsführer Retail, damit „dass das Design eine einzigartige und durchsetzungsstarke Markierung im Telekommunikations- und Shop-Umfeld biete“ und „dass Farbcode und Formensprache der

Martin Witt leitet den Vertrieb Handel bei freenet

Martin Witt hat Ende Oktober die Bereichsleitung Vertrieb Handel der freenet AG übernommen. Er trat in dieser Position die Nachfolge von Dr. Jens Gerhardt an, der zuvor vom Schweizer Telekommunikationsunternehmen Sunrise zum neuen Chief Operating Officer (COO) für das Privatkundensegment ernannt worden war. Vor seiner Bestellung zum Leiter Vertrieb Handel der freenet AG war Witt seit 2005 für die Bereiche Produkte und Innovationen sowie Fachhandel der debitel AG verantwortlich. Davor arbeitete er zehn Jahre lang bei der Deutschen Telekom in unterschiedlichen Positionen in Vertrieb und Marketing. Frühere berufliche Stationen des studierten Physikers umfassten Tätigkeiten im Produktmarketing von Olivetti und Microsoft. Dort gestaltete er maßgeblich den Aufbau eines Partnerkanals für Microsoft Business Produkte. Seine berufliche Laufbahn startete Witt bei Siemens.



freetet die höchste Werbeeffizienz aller Tk-Unternehmen gesichert haben“. Mit der neuen Marke wolle man „eine neue stationäre

freetet will weiterhin mit der Media-Saturn-Gruppe zusammenarbeiten

Bereits Ende Januar hatte die freenet AG bekanntgegeben, dass man die Zusammenarbeit mit den Elektronikmärkten Saturn und Media Markt langfristig bis Ende 2011 fortsetzen wolle. Die freenet AG wird somit auch weiterhin die Mobilfunkprodukte der Netzbetreiber T-Mobile, Vodafone und E-Plus sowie eigene Angebote bei Saturn und Media Markt verkaufen. „Die mehr als 1.000 eigenen Shops und die Zusammenarbeit mit führenden Handelspartnern



Hubert Kluske

Vertriebsmacht in Deutschland schaffen“, und die starke Flächenpräsenz durch Shops erfordere eine Marke „mit klarer Fernwirkung und hoher Leuchtkraft“.

Martin Witt, Bereichsleiter Vertrieb Handel der freenet AG, unterstrich im Rahmen des Pressegesprächs die Bedeutung, die der Fachhandel auch weiterhin im Konzern genießen werde. „Der Fachhandel ist strategischer Bestandteil des Unternehmens und wird dort auch weiterhin seinen Platz haben – anders als es in jüngster Zeit bei den Netzbetreibern zu beobachten ist“, sagte Witt. Die Handelspartner der freenet AG könnten sich darauf verlassen, auch zukünftig ein Vollsortiment aus original Netzbetreiberangeboten, eigenen Produkten und Breitband/DSL anbieten zu können. „Neben diesem breitgefächerten Portfolio werden wir unsere Händler mit allen Mitteln ausstatten, die sie benötigen, um ihre individuellen Stärken auszuspielen und sich besser im Wettbewerb differenzieren zu können“, so Witt.



Joachim Preisig

und zahlreichen individuellen Fachhandelspartnern machen freenet zu einer der größten Vertriebsplattformen Deutschlands. Hier ist die Media-Saturn-Unternehmensgruppe ein gewichtiger Partner. Die Übereinkunft über die weitere Zusammenarbeit stärkt unsere Position als Nummer drei im Mobilfunkmarkt“, meinte seinerzeit der neu zum Sprecher des freenet-Vorstands bestellte Joachim Preisig, Vorstand Operations und Integrations, zur Vertragsunterzeichnung.

freetet-mobilcom erweitert das Schulungsprogramm um freenetCampus

freetet-mobilcom hat das Schulungsangebot um das Online-Modul freenetCampus erweitert, das von den Partnern individuell und flexibel in Anspruch genommen werden kann. freenetCampus stellt für die Shop- und Fachhandelspartner eine Ergänzung zu den Schulungs-CAMPS und TÜV-Schulungen dar. Durch die steigende technische Komplexität mobiler Anwendungen müssen die Mitarbeiter am Point of Sale immer mehr Detailwissen parat haben, um die Kunden umfassend beraten zu können.

Das neu eingerichtete Schulungsportal bietet auf www.freetetcampus.de unterschiedliche Schulungsmodul mit den Schwerpunkten Produkte und Systeme. „Die Vertriebspartner können die Schulungen absolut flexibel in Anspruch nehmen“, so Christoph Preuß, Leiter Retail Shops, Franchise und Schulungen der freenet AG. Das bedeutet neben der Ersparnis von Zeit und Reisekosten vollkommen freie Zeiteinteilung. Die Partner nutzen das Online-Schulungsportal einfach, wenn es das Tagesgeschäft zulässt oder in ihrer Freizeit. „Wir sehen freenetCampus als zeitgemäße und sinnvolle Ergänzung zu unseren praxisorientierten Workshops“, betonte Preuß.

An den Live-Schulungen können bis zu 100 Vertriebspartner online teilnehmen. Während der Schulung

besteht über einen Chat die Möglichkeit, mit den Moderatoren Fragen direkt zu klären. Die Schulungen werden aufgenommen und stehen den Vertriebspartnern im Anschluss in einem Archiv mit Ton und der gesamten Präsentation zur Verfügung, so dass die verschiedenen Inhalte jederzeit abgerufen werden können.

Bereits 2005 hatte freenet-mobilcom zusätzlich zu den TÜV-Schulungsmodulen und den Produktschulungen die CAMPS ins Schulungsprogramm aufgenommen. Die Vertriebspartner des Unternehmens können an vier verschiedenen CAMPS teilnehmen, dem Starter-, Verkaufs-, Fachwissen- und dem Live-CAMP. Das Starter-CAMP richtet sich an Neueinsteiger und gibt einen Gesamtüberblick über Systeme und Produkte. Das Verkaufs-CAMP schult die Teilnehmer in Verkaufs- und Abschlusstechniken, das Fach-CAMP zielt darauf ab, nicht nur die

Komplexität des Produktes zu vermitteln, sondern auch den Nutzen für den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. Beim LIVE-Camp sind Testkäufe ein fester Bestandteil, die das Trainerteam dann im nachhinein auf Gesprächsführung, Service-Orientierung sowie auf Erkennen und Einbringen von Möglichkeiten für Cross- und Up-Selling analysiert. So können die Partner zusätzliche Umsatzmöglichkeiten realisieren.



Christoph Preuß

Nokia Ovi Store – offen für neue Möglichkeiten

Mobile Internet im Fokus

Mit seinen neuen Produkten und Dienstleistungen setzt Nokia klar den Fokus auf die mobile Datenkommunikation. Hierzu gehören neben der E-Mail-Verwaltung vor allem der Informationsaustausch via Internet sowie die damit verbundenen Dienste. Das Portal Ovi spielt hierbei künftig eine entscheidende Rolle.

In der derzeitigen Wirtschaftslage wird Technologie seitens der Unternehmen noch genauer unter einer Kosten-Nutzen-Bewertung betrachtet. Die Verwaltung von E-Mails ist dabei ein ebenso entscheidender Faktor wie der komfortable Zugriff auf Internet, Kalenderfunktionen sowie die Kommunikation mit der Familie, Freunden oder Bekannten. Neben Mobiltelefonen und Multimedia-Computern stellt Nokia hier vor allem sein Internetportal Ovi in den Vordergrund, das in Zukunft eine entscheidende Rolle in der modernen Kommunikationslandschaft spielen wird.

Ovi Store startet im März

Ab März diesen Jahres wird das Unternehmen im Rahmen des Portals den Ovi Store freigeben. Er verbindet die derzeitigen Inhalte und Dienste, darunter Download!, MOSH und WidSets, zu einer zentralen Plattform. Anbieter von Inhalten und Entwickler erhalten neue Geschäftsmöglichkeiten, während Nutzer noch einfacher mit ihren mobilen Geräten auf für sie relevante Inhalte zugreifen und neue kennenlernen können. Diese Inhalte reichen von Anwendungen, Spielen und Videos bis hin zu Widgets, Podcasts, standortbasierten Anwendungen und personalisierten Inhalten für Nokia Geräte auf Basis der Serie 40- und der S60-Plattform. Über eine vorinstallierte Anwendung wird das Nokia N97, das ab Juni erhältlich sein wird, als eines der ersten Geräte den direkten und einfachen Zugang zum Store unterstützen. Zusätzlich werden Millionen Nutzer von existierenden Nokia Geräten der Serie 40- oder der S60-Plattform den neuen Dienst ab Anfang Mai nutzen können. Anders als in herkömmlichen Online-Stores für mobile Geräte üblich, bietet der Ovi Store speziell auf den einzelnen Kunden zugeschnittene Inhalte. Die Bezahlung von Inhalten kann wahlweise über eine Kreditkarte oder über

die Abrechnung des betreffenden Mobilfunknetzbetreibers erfolgen. Durch die Bereitstellung verschiedener Zahlungsmöglichkeiten erhalten Anbieter von Inhalten und Diensten sowie Entwickler Zugang zu Kunden auch in den Märkten, in denen Kreditkarten weniger verbreitet sind. Der Nokia Ovi Store wird die aktuellen Angebote und Inhalte von Nokia nutzen und von Beginn an für eine vorhandene Basis von Millionen Geräten zur Verfügung stehen. Bei weiterem Wachstum des Dienstes werden bis 2012 etwa 300 Millionen Kunden von diesem Dienst profitieren können. Für Anbieter von Inhalten und Diensten sowie Entwickler stellt dies eine ausgezeichnete Möglichkeit dar, mehrere Hundert Millionen Kunden zu erreichen und den Nokia Store so zum weltweit größten Mediennetzwerk zu machen.

Neue Geschäftsmodelle

Um Anbietern von Inhalten und Diensten weltweit die Möglichkeit zu geben, Inhalte über den Ovi Store zu vertreiben, öffnet Nokia den Zugang zu publish.oivi.com zum Hochladen ihrer Medien und Wählen einer geeigneten Abrechnungsmethode über einen bedienerfreundlichen automatisierten Prozess. Nach der eigentlichen Eröffnung des Ovi Stores im Mai werden Diensteanbieter und Entwickler auch Berichtsfunktionen nutzen, mit deren Hilfe sie den Verkauf ihrer Inhalte im Ovi Store über publish.oivi.com verfolgen können. Um die über Ovi angebotenen Dienste und Funktionen effizient nutzen zu können, stehen mit den neuen Eseries-Geräten E55 und E75 sowie dem N86 8MP leistungsstarke Mobiltelefone sowohl für geschäftliche als auch private Anwendungen zur Verfügung. Ohne einen PC starten zu müssen, erhalten Nutzer der neuesten Nokia Eseries Geräte Zugang zu allen vom PC gewohn-



ten E-Mail-Funktionen. Eine speziell für die Nutzung von E-Mails optimierte Benutzeroberfläche und Tools ermöglichen beispielsweise den Zugriff auch auf Unterordner und bieten Unterstützung für HTML, erweiterbare Ansichten oder Funktionen zum Sortieren von E-Mails nach Datum, Absender oder Dateigröße.

Neben den E-Mail-Funktionen bieten die neuen Geräte auch verbesserte Funktionen beim Zugriff auf den Kalender sowie die Kontakte und Aufgaben. Mit dem Nokia E75 können zudem wichtige, auf einem PC gespeicherte Dateien via Ovi extern verwaltet und für andere Nutzer freigegeben werden – auch wenn der PC ausgeschaltet ist.

Das Nokia N86 8MP bietet eine vergleichbare Leistung wie eine Digitalkamera, sowohl bei hellen als auch bei dunklen Lichtverhältnissen. Im 8 GByte großen internen Speicher finden bis zu 4.000 Fotos Platz. Für noch mehr Fotos lässt sich die Speicherkapazität mit bis zu 16 GByte großen microSD-Speicherkarten erweitern. Die auf dem Nokia N86 8MP vorinstallierte Anwendung Nokia Maps und der direkte Zugriff auf die Ovi Dienste verleihen Fotos und Videos einen noch persönlicheren Touch. Über Aufnahmen mit Geotagging-Informationen können Nutzer ihre Freunde über ihren aktuellen Standort und viele weitere soziale Aspekte informieren. Ein integrierter Kompass sorgt in Verbindung mit sprachgestützter Navigation und einer speziellen Navigationsfunktion für Fußgänger dafür, dass begeisterte Fotografen sich auch dann nicht verirren, wenn sie das Leben durch ihr Kameraobjektiv verfolgen.

Mit dem Nokia E75 können auf einem PC gespeicherte Dateien via Ovi extern verwaltet und für andere Nutzer freigegeben werden, auch wenn der PC ausgeschaltet ist. Die Benutzeroberfläche ist für die Verwaltung von E-Mails optimiert und bietet Funktionen zum Sortieren nach Datum, Absender oder Dateigröße.



Das Nokia N86 8MP ist mit einem Weitwinkelobjektiv von Carl Zeiss und einem 8 Megapixel Sensor ausgestattet. Zum Betrachten von Videos und zum Spielen ist das Mobiltelefon mit einem Klappfuß versehen. So erlaubt es den schnellen und mühelosen Zugriff auf die gewünschten Medien.



Der Ovi Store ist die bisher größte skalierbare Vertriebsstruktur von Medieninhalten und bietet ab Mai Anbietern und Kunden gleichermaßen Vorteile. Ovi bietet weitere Dienste zur Bereitstellung von Medieninhalten an, die speziell auf die Bedürfnisse, Wünsche und den Standort der Anwender abgestimmt sind.



MP3

Sony bringt Walkman im Headphone-Design

Beste Musikqualität, gestyltes Design und Tragekomfort: Das ist es, was die neue Sony Walkman W-Serie ausmacht. Die neue W-Serie erregt mit der Farbauswahl von Pink, Violett und Grün bis hin zu Schwarz und Weiß in Verbindung mit dem ausgefallenen Design Aufsehen. Dieses sorgt für einen guten Tragekomfort. Die eingebauten 13,5 mm EX-Kopfhörer werden durch ein Kabel, das hinter dem Kopf entlang geführt wird, so miteinander verbunden, dass es beim Tragen kaum bemerkt wird. Dies ist vor allem beim Sport oder Joggen von Vorteil, da kein Ohrstecker verrutscht oder der MP3-Player aus der Tasche fällt.



Der neue Sony Walkman verfügt erstmalig über den ZAPPIN-Modus, mit dem es sich schnell durch die Musiksammlung blättern lässt: Er spielt bei jedem angewählten Titel einige Sekunden aus der Mitte des Songs an, so dass der Nutzer rasch herausfindet, um welches Stück es sich handelt und so zu jeder Stimmung die passende Musik parat hat. Die W-Serie bietet über zwei Gigabyte Speicherkapazität und spielt die Dateien der Formate MP3, AAC (ohne DRM), WMA (mit DRM) und Linear PCM ab.

Die beliebtesten Songs lassen sich einfach auf den neuen Walkman übertragen. Ist die W-Serie via USB-Kabel mit dem Computer verbunden, ermöglicht die im Lieferumfang enthaltene „Content Transfer“-Software ein spielend leichtes Beladen des Players per „Drag and Drop“ – auch von Online-Musikshops wie iTunes. Die praktische Schnell-Ladefunktion ermöglicht ein rasches Aufladen des Akkus in nur drei Minuten. Insgesamt bietet die W-Serie durchgehend zwölf Stunden Musikgenuss ohne erneutes Aufladen des Akkus. Die Geräte sind ab Frühjahr dieses Jahres verfügbar. www.sony.de



Multimedia-Player JournE M400 von Toshiba

Toshibas JournE M400 tritt als Bilderrahmen oder Videoplayer in Wohnung oder Büro auf. In seiner Funktion als Jukebox spielt er Musik von der integrierten Micro SD-Karte ab. Dank des integrierten DVB-T-Tuners übernimmt er außerdem noch die Rolle eines portablen Fernsehers oder dient als digitales Radio. Auf dem 4.3"-LCD-TFT-Display im 16:9-Format erhalten Stand- oder bewegte Bilder den entsprechenden Rahmen. Dank seiner geringen Größe von 120 x 80 x 17,2 mm und eines Gewichts von 166 g ist der Multimedia-Player portabel. Eine Auflösung von 480 x 272 Bildpunkten und eine Leuchtkraft von 400 cd/m² garantieren klare und strahlende Bilder.

Für den passenden Sound sorgt ein 0,5-Watt-Lautsprecher. Auf der mitgelieferten Micro SD-Card ist reichlich Platz für die Foto-, Video- und Musiksammlung. Ausgestattet mit einem Touchscreen wird die Bedienung der unterschiedlichen Funktionen zum Kinderspiel.



Außerdem wirkt das Design des schwarzen Multimedia-Players durch den Verzicht auf Tasten elegant und harmonisch. www.toshiba.de

NX-PN7 von JVC für zwei iPods/iPhones

Mit dem NX-PN7 stellt JVC ein einzigartiges „Dual Dock“-Audiosystem vor, das zwei iPods, einem iPod und einem iPhone oder sogar zwei iPhones Platz bietet. Dieses portable, über einen Netzadapter betriebene System fungiert sowohl als Lade- wie auch als Wiedergabestation, in der wahlweise ein oder beide iPods/iPhones gleichzeitig geladen werden können. Trotz seiner kompakten Ab-



messungen liefert das gerade mal 30 cm breite Audiosystem mit seinen beiden Breitband-Lautsprechern und einer Gesamtleistung von 10 Watt den iPods/iPhones einen sehr guten Klang. Darüber hinaus sorgt die „Sound Turbo“-Funktion für Volumen und satte Bässe. Das „Dual Dock“-Audiosystem NX-PN7 hat außerdem einen UKW-Tuner an Bord und bietet eine klassische Uhr/Timer-Funktion mit drei Programmen. Über den ana-

logen Audioeingang lassen sich noch weitere Audioquellen anschließen. Eine Fernbedienung ist im Lieferumfang enthalten. Die unverbindliche Preisempfehlung beträgt 149,- Euro. www.jvc.de

Plantronics präsentiert Explorer 260

Ab sofort bietet Plantronics mit dem Explorer 260 ein Bluetooth-Headset für Einsteiger an, die vor allem im Auto erreichbar sein möchten. Das Explorer 260 überzeugt mit elegantem Design in Metallic-Optik und hohem Tragekomfort durch ein Gesamtgewicht von 9 Gramm. Aufgrund der einfachen Bedienung kann sich der Fahrer voll auf den Verkehr konzentrieren. Gespräche, Lautstärke und Mikrofon-Stummschaltung können bequem per Tastendruck am Headset gesteuert werden. Die langen Sprechzeiten von bis zu acht Stunden machen aus dem Explorer 260 auch bei längeren Touren einen zuverlässigen Begleiter. Mit dem im Lieferumfang enthaltenen Kfz-Ladeadapter kann das Headset gleich im Auto geladen und dank einer Standby-Zeit von bis zu neun Tagen problemlos im Fahrzeug aufbewahrt werden. www.plantronics.de



Expert: Umsatzsteigerung im Jahr 2008 um 9,2 Prozent

Erfolgreiche Kooperation

Die expert Fachhandelskooperation für Consumer Electronics, Kommunikations- und Hausgerätetechnik in Hannover-Langenhagen hat ihren Umsatz im Kalenderjahr 2008 gegenüber dem Vorjahr um 9,2 Prozent auf 2,85 Mrd. Euro gesteigert. Für das kommende Jahr ist die Kooperation gut vorbereitet.

Allen pessimistischen Prognosen zum Trotz hat sich die positive Entwicklung auch im Januar 2009 fortgesetzt. „Natürlich war der Fernsbereich mit erfreulichen Umsätzen auch im vergangenen Jahr Spitzenreiter“, so Volker Müller, Vorsitzender des Vorstandes der expert AG. „Gleichwohl gilt der Umsatzzuwachs für alle Produktgruppen des gesamten Sortiments“.

Im GfK-Ranking der „Technical Superstores + Chains“ (Fachmärkte mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche) ist expert nach Media

Markt auf Platz 2 vor Saturn und MediMax. Aufgrund ihrer effizienten Sortiments- und Lieferantenstruktur und ihrer Positionierung als Verkäufer hochwertiger Topmarken konnten die expert-Gesellschafter vor allem ihre Umsätze mit den strategisch wichtigen Lieferanten steigern.

Das Problem „Internetverkäufe“, das von vielen Marktteilnehmern kritisch gesehen wird, ist auch bei den großen Lieferanten ein wichtiges Thema. Immerhin stören Re-Importe, grauer Markt und illegale



Volker Müller: „Durch die Erweiterung der Verkaufsflächen und die Besetzung neuer Standorte wird expert auch 2009 wachsen.“



Ware den Markt sowie den Handel in erheblichem Maße. Diese Missstände wollen die Unternehmen künftig gemeinsam bekämpfen, um im Abgleich mit dem Handel die seriöse Behandlung aller Marktteilnehmer sicherzustellen.

Gut gerüstet

„Wir segeln in harter See, aber der Wind treibt uns vorwärts“, skizziert Müller die gegenwärtige Situation der expert-Gesellschafter. Bei konservativer Planung wird die expert AG auch 2009

besser abschneiden als der Markt. Die Voraussetzungen hierfür sind durch die Erweiterung der Verkaufsflächen um über 6 Prozent und die Besetzung neuer Standorte geschaffen. Die Kompetenz der expert-Mitarbeiter in Beratung und Service wird in Zukunft durch zusätzliche Angebote der expert-Akademie weiter erhöht. Zusammen mit der Gesellschaft für Verkäuferentwicklung Carpego, bietet expert künftig Kurse zum kundenorientierten Service und zum Beschwerdemanagement an.

Außerdem werden die Marketingaktivitäten im Vergleich zum Vorjahr erweitert. Nach einer Reihe von Testinstallationen versorgt die expert-Zentrale ihre Gesellschafter ab sofort mit einem neuen, zukunftssicheren Warenwirtschaftssystem, das mit der Bezeichnung „Wanda“ vollständig in das gesamte IT-Netz integriert ist. Wanda ist keine Insellösung, sondern vernetzt expert-Dienste, das expert-Portal, Warenwirtschaft und Finanzmanagement miteinander. www.expert.de

scandyna MiniPod Serien: „Hören und erleben“

Die Geschichte von Minipod begann in Großbritannien, als eine Gruppe der besten Entwickler von B & W, die dort die legendären Nautilus Lautsprecher geschaffen hatten, den Auftrag erhielten, einen hochqualitativen Lautsprecher zu einem erschwinglichen Preis zu entwickeln. Das Ergebnis war die Minipod-Serie, deren technologisches Konzept bis heute an Aktualität nichts verloren hat und das konstruktive Fundament für zahlreiche erfolgreiche Lautsprecher-Reihen von scandyna ist, deren Eigenschaften man nicht besser beschreiben kann, als mit dem aktuellen scandyna Slogan: „Hören und erleben“.

scandyna International hat inzwischen die Lizenz, diese Lautsprecher zu produzieren und zu vermarkten und entwickelt das

Konzept kontinuierlich weiter. Alle Lautsprecher werden in hochspezialisierten Fabriken in Dänemark und China hergestellt. scandyna International hat mehr als 40 Jahre Erfahrung bei Lautsprechern und HiFi-Anlagen und feierte das 40jährige Bestehen von scandyna mit der einzeln nummerierten Sonderserie „Minipod Jubilee“. In den vergangenen Jahrzehnten wurden mehr als 100.000 Minipods produziert, zuerst von B & W aus Glasfaser, später dann von Scandyna aus ABS.

Der Plus X Award

„Billig“ hat schon lange als Entscheidungskriterium ausgedient. Es sind wieder Produkte gefragt, die sich durch innovative Technik, Top-Qualität und die dahinterstehenden Konzepte auszeichnen. Der Kunde will wieder Qualität einkaufen und nimmt Abstand von austauschbaren Niedrigpreis-Produkten. Statt langweiliger Massenware kommt wieder die Marke in den Einkaufskorb. Und mit der

Marke auch Echtheit, Service und außergewöhnliche Designs, für die Käufer gerne höhere Anschaffungskosten investieren. Die scandyna Produkte: minipod, cinepod, bass-station und micropod SE wurden durch die Vergabe des begehrten Plus X Award für Design ausgezeichnet. Die Sieger dieses Auslese-Verfahrens können zu Recht für sich in Anspruch nehmen, die Spitze ihrer Sparte zu sein und das besondere Etwas zu besitzen: Das Plus X gegenüber der Konkurrenz.

Smallpod

Mit dem Smallpod erweitert scandyna sein Angebot um eine neue Version der klassischen Minipods. Der Smallpod ist um etwa 30% kleiner als der Minipod und hat die richtige Größe für Bücherregal oder Schreibtisch. Der Smallpod basiert auf dem Konstruktionsprinzip des 2-Wege Bass-reflex-Gehäuses. Einsatzbereiche sind: Stereo-Lautsprecher, Audio-Video-Speaker, 5.1 Multimedia Systeme, Studio-Monitor. Der Fre-



Die SCANDYNA Lautsprecher Micro Pod SE, Small Pod, Mini POD und Big Pod, sind in 11 unterschiedlichen Farbtönen lieferbar. Die Unverbindlich empfohlenen Verkaufspreise sind: Micro Pod SE: 130 Euro; Small Pod 280,- Euro; Mini POD: 360,- Euro und Big Pod: 900,- Euro (Preis pro Stück) Bei allen Modellen, mit Ausnahme der Minipod, gehört ein Set hochwertige Spikes zum Lieferumfang.

quembereich erstreckt sich von 60 Hz bis 25 kHz bei -6 dB, Empfindlichkeit 89 dB. Farben: Silber, Gelb, Rot, Blau, Weiß, Schwarz. Breite: 157 mm, Höhe: 256 mm, Tiefe: 160 mm, Gewicht: 1,8 kg.

Bigpod

Nach einem größeren Podspeaker wurde oft gefragt. Jetzt gibt es ihn: Den Bigpod. Besitzer werden seine Form schätzen und seinen beeindruckenden Klang lieben lernen. Diese neu entwickelten Lautsprecher-Chassis sind in hervorragend abgestimmter Verbindung mit der

bewährten Minipod-Form auch als Standlautsprecher einsetzbar. Der Bigpod basiert auf dem Konstruktionsprinzip des 2-Wege Bass-reflex-Gehäuses. Einsatzbereiche sind: Stereo-Lautsprecher, Audio-Video-Speaker, 5.1 Multimedia Systeme, Studio-Monitor. Der Frequenzbereich erstreckt sich von 50Hz bis 25kHz bei -6dB, Empfindlichkeit 91dB. Farben: Weiß, Schwarz, Silber, Blau, Rot, Gelb. Die Abmessungen betragen: Breite: 295 mm, Höhe: 440 mm, Tiefe: 290 mm. Das Gewicht ist 3,5 kg.

www.podspeakers.com

Audioblock GmbH mit neuem Line-up und Vertriebskonzept

Mit einem neuentwickelten Produktfolio unter dem Branding „Block“ positioniert sich die vormalige MBA Marken Vertriebs GmbH in Eigenverantwortung neu im Markt und stellt zugleich mit einem umfangreichen Line up hochwertigster, in solider und diskreter Technologie gefertigter Audio-Produkte sein ebenso solides, für den qualifizierten mittelständischen Fachhandel höchst attraktives Vertriebskonzept „System Block“ vor.

Hi-End HiFi-System „Serie 100“

Zum Auftakt der neuen „Block“ Produkt-Reihen beginnt Audioblock im März dieses Jahres mit dem Hi-End

Block“ Serie 100: V-100 Stereo Verstärker mit 2 x 50 Watt RMS; C-100 CD-Player, kompatibel zu HDCD/CD-R/CD-RW/MP3/DVD-audio; R-100 RDS Tuner für FM Radio Empfang.



Komponenten System Serie 100 mit stylischem Aluminium Frontpanel von 10 mm Stärke, profiliertem Aluminium Side Panel Design und massiven justierbaren Aluminium-Füßen. Die Serie 100 besteht aus sechs beliebig miteinander kombinierbaren Komponenten: • V-100 Stereo Verstärker mit 2 x 50 Watt RMS an 40 hm mit 1% THD, Harmonic Distortion <0,05%, Frequenzgang: 10–26 KHz +1 dB/-3 dB, 6 Eingänge inklusive Phono-Ein-

gang zum UVP von 399,- Euro • C-100 CD-Player, kompatibel zu HDCD/CD-R/CD-RW/MP3/DVD-audio mit analogem Ausgang und digitalem optical coaxial Ausgang zum UVP von 299,- Euro • R-100 RDS Tuner für FM Radio Empfang mit RDS und optional WiFi Internet Radio Empfang zum UVP von 249,- Euro • DVD-Player zum UVP von 399,- Euro • Internet-Tuner zum UVP von 449,- Euro • 5.1 Dolby Surround Verstärker zum UVP von

499,- Euro. Das Gewicht der 3 Basis-Geräte der Serie beträgt: V100 = 10 kg C100 = 9 kg R100 = 8,3 kg.

Präsentation und Markteinführung auf der High End 2009 in München

Die erste öffentliche Vorstellung und zugleich der Startschuss für die neuen „Block“-Produkte findet auf der High End 2009 in München statt. Flankierend hat „HIFI TEST“ erste „Block“-Komponenten mit einem Ergebnis getestet, das für sich und „Block“ spricht, und veröf-



Die Anschluss-Seite fasziniert mit ihren massiven Eingängen und Ausgangs-Terminals, die wie harmonisch aufgereichte Pretiosen anmuten.

fentlichte die Resultate im Februar-Heft 2009. Einige der neuesten Block-Produkte sind allerdings schon jetzt lieferbar.

www.audioblock.de

VERTRIEBSKONZEPT

Das kann der teilnehmende Fachhändler erwarten:

- Audioblock Produkte werden ausschließlich im mittelständischen Fachhandel angeboten
- dem Händler wird für Ladenverkäufe eine Marge von 40% garantiert
- für Internetverkäufe in der Region des Händlers, die vom Händler ausgeliefert oder angeschlossen werden, wird eine Marge von 30% garantiert
- für alle Internetverkäufe, die direkt von der Audioblock GmbH in der Region des Händlers ausgeliefert werden, wird dem Händler eine Marge von 20% garantiert

- regelmäßige Werbung für „Block“-Produkte, um damit die Nachfrage zu erhöhen
- die aktuellen Modelle werden kompetenten Medien und Einrichtungen regelmäßig für Tests zur Verfügung gestellt
- Werbung mit diesen Testberichten und den erzielten Siegeln, um damit den Händler beim Abverkauf von „Block“-Produkten zu unterstützen

Das erwarten wir von unseren Partnern:

- repräsentative Darstellung der Waren der Audioblock GmbH in seinem Ladengeschäft nach der Art eines ordentlichen Kaufmanns



IT

Toshiba stellt portable 2,5-Zoll-Festplatte mit 500 GB vor

Toshiba Storage Device Division (SDD) hat die Markteinführung einer externen 2,5-Zoll-Festplatte mit 500 GB Speicherkapazität angekündigt. Das kleine Gerät bietet eine kosteneffiziente Möglichkeit, digitale Daten bequem und sicher zu speichern und bei Bedarf jederzeit mit sich zu führen. Die unkomplizierte Funktionsweise macht es auch Technik-Laien leicht, persönliche Daten, Musiktitel, Fotos, Videos oder Spiele einfach und schnell zu speichern und trotzdem maximalen Schutz zu genießen. Millionen Menschen beginnen das neue Jahr mit dem Vorsatz, eine Diät zu machen oder mehr Sport zu treiben. Toshiba Storage Device Division (SDD) macht den Vorschlag, im vor uns liegenden Jahr vor allem die Sicherung der digitalen Daten im Auge zu behalten. Datenverlust kann unterschiedlichste Ursachen haben und reicht vom versehentlichen Löschen einer Datei bis hin zum kompletten Datenverlust durch einen Virus. Mit der neuen externen und portablen 500-GB-Festplatte von Toshiba können wertvolle, oft unersetzbare Daten wie Musiktitel, Fotos, Videos oder Spiele, zuverlässig geschützt werden: Das handtellergroße Gerät im gestylten monochromen „Frost White“-Design ist die ideale Backup-Lösung für persönliche Daten, deren Wiederherstellung im Verlustfall mehrere hundert Euro kosten kann. Laut Studien des Security-Solution-Providers Webroot speichert der durchschnittliche PC-User rund 2.000 digitale Fotos und 2.500 digitale Musikdateien auf seinem Computer. Der Verlust von Familienfotos ist für den Anwender wahrscheinlich am schwerwiegendsten, gefolgt vom Verlust der persönlichen Finanzdaten, von Textdokumenten oder Arbeitsprojekten. Der Studie nach haben rund 43 Prozent aller PC-User schon einmal wertvolle Daten verloren. Mit der Toshiba-Festplatte lassen sich bis zu 130 Computerspiele, 131.000 Musiktitel oder 142.000 digitale Fotos einfach und schnell speichern. Martin Larsson, Vice President und General Manager der Toshiba Europe Storage Device Division, betont: „Für viele Leute sind gespeicherte Musiktitel, Videos oder Fotos unersetzlich. Um künftigen Ärger oder hohen Kosten für die Datenwiederherstellung vorzubeugen, sollten die User den Vorsatz fassen, die Daten zu sichern, anstatt später zu zahlen. Ein Backup mit einem externen Laufwerk ist eine kostengünstige und einfache Möglichkeit, Daten zuverlässig zu schützen – auch für diejenigen, deren PC-Systeme an die Kapazitätsgrenzen gestoßen sind. Außerdem sind die portablen Festplatten die ideale Lösung für mobile Anwender, die ihre



digitalen Daten problemlos von A nach B transportieren möchten. Nicht zuletzt setzen die Festplatten auch unter dem Design-Aspekt Maßstäbe. So überzeugen sie auch als modisches Accessoire.“ Die neuen externen 500 GB Festplatten von Toshiba sind zum UVP von 149 Euro erhältlich. www.toshiba.de

digitalen Daten problemlos von A nach B transportieren möchten. Nicht zuletzt setzen die Festplatten auch unter dem Design-Aspekt Maßstäbe. So überzeugen sie auch als modisches Accessoire.“ Die neuen externen 500 GB Festplatten von Toshiba sind zum UVP von 149 Euro erhältlich. www.toshiba.de

Samsung SyncMaster 2233RZ: 3D-Darstellung mit hoher Bildqualität

Das Betrachten von dreidimensionalen Bildern und Videos mit hoher Realitätsnähe macht Samsung Electronics jetzt erschwinglich: Mit dem SyncMaster 2233RZ bringt der koreanische Hersteller seinen ersten 3D-fähigen Monitor auf den Markt. Anwender werden von der unglaublichen Realitätsnähe der dargestellten 3D-Bilder begeistert sein. PC-Gamern kann durch Einbeziehung der dritten Dimension ein noch nie erlebtes Spielerlebnis mit atemberaubend räumlichen 3D-Details geboten werden. Ingenieuren und Wissenschaftlern wird durch technische Darstellungen in drei Dimensionen die Möglichkeit eröffnet, Objekte genauer visualisieren und untersuchen zu können, so z. B. Konstruktionsdetails, Molekülmodelle oder Darstellungen von Mikroorganismen. Der Samsung SyncMaster 2233RZ ist mit einem kontraststarken, hellen LCD-Panel mit einer Bildschirmdiagonale von 22 Zoll im Seitenverhältnis 16:10 ausgestattet und löst Inhalte mit 1.680 x 1.050 Bildpunkten auf.

Auch bei der Nutzung als normaler 2D-Monitor überzeugt das Display mit brillanten und detailreichen Bildern. Der dynamische Kontrast von 20.000:1, die Helligkeit von 300 cd/m² und die kurze Reaktionszeit von 3 ms (Grau zu Grau) im 3D-Modus oder 5 ms im normalen 2D-Modus sind für die exzellente Bildqualität verantwortlich. Seine 3D-Fähigkeiten entfaltet der SyncMaster 2233RZ im Zusammenspiel mit der 3D-Brille des „nVidia 3D Vision Kits“ und den dazu kompatiblen nVidia Grafikkarten. Das sind Karten der GeForce 8 Serie (GeForce 8800GT oder höher), der GeForce 9 Serie (GeForce 9600GT oder höher) und alle Karten der GeForce GTX2xx-Serie.

Mit der hohen Bildwiederholungsfrequenz von 120 Hz stellt der Monitor das 3D-Signal in schnellem Wechsel jeweils als Bild für das linke und das rechte Auge dar, so dass jede der beiden unterschiedlichen Bildinformationen mit einer Bildwiederholungsfrequenz von je 60 Hz dargestellt wird. Auf Knopfdruck wird der 3D-Monitor wahlweise zum normalen 2D-Display. Auch beim Energieverbrauch besitzt der mit dem „EnergyStar“ ausgezeichnete Monitor 2233RZ außergewöhnliche Fähigkeiten: Im Stand-by-Modus beträgt sein Energieverbrauch weniger als ein Watt. Zu vordefinierten Zeiten kann sich das Gerät selber komplett ausschalten. Bilder im 4:3-Format werden automatisch unverzerrt im



richtigen Seitenverhältnis dargestellt. Mit seinem eleganten, schwarzglänzenden Design und den blauen LED-Anzeigen ist der Monitor ein Blickfang auf jedem Schreibtisch. Der Samsung SyncMaster 2233RZ wird voraussichtlich ab Mitte März zum UVP von 359,- Euro verfügbar sein. www.samsung.de

Acer präsentiert Netbook Aspire one D150



Acer, laut Marktbeobachter Gartner weltweit drittgrößter PC-Anbieter, präsentiert mit dem Acer Aspire one D150 seine neueste Netbook-Reihe. Das mit 10-Zoll-Display, Windows XP Home und Bluetooth ausgestattete Netbook ist für sämtliche Online-Aktivitäten perfekt ausgerüstet und ermöglicht mit



seinem großen LCD-Bildschirm ein wesentlich komfortableres Surfen als es mit kleinen Displays möglich ist. Knapp ein Jahr seit der Einführung der Netbooks haben die mobilen Alleskönner ein völlig neues Marktsegment entstehen lassen. Acer hat diesen Markttrend und die Bedürfnisse der Anwender frühzeitig erkannt und als Antwort das Acer Aspire one auf den Markt gebracht, das zur Zeit weltweit beliebteste Netbook. „Trotz jüngster Turbulenzen der Finanzmärkte und der unsicheren Wirtschaftssituation wird der Markt der Notebooks und Netbooks 2009 weiter wachsen“, prognostiziert Gianfranco Lanci, Präsident und CEO von Acer Inc. „Um die Auswirkungen der Krise in Grenzen zu halten, werden für die individuellen Anforderungen der Anwender entwickelte Produkte immer wichtiger, weil jederzeit verfügbare Kommunikationsgeräte inzwischen unverzichtbar geworden sind.“ Das neue 10-Zoll-Netbook Acer Aspire one D150 wiegt nur knapp über ein Kilogramm und vereint edles Design mit hoher Verarbeitungsqualität und großem Funktionsumfang. Der neue Formfaktor gewährleistet Ausgewogenheit zwischen Ultraportabilität und hohem Anzeigekomfort. Durch die verbesserte Sicht und die vollständige Anzeige der Webseiten erlaubt das Netbook eine komfortablere Navigation als Netbooks mit kleinerer LCD-

Diagonale. Das speziell für effizientes Surfen im Web konzipierte 10,1 Zoll große WSVGA-Display mit der Auflösung von 1.024 x 600 Bildpunkten ist mit seiner LED-Hintergrundbeleuchtung besonders energiesparend und ermöglicht lange Akkulaufzeiten. Das Acer Aspire one D150 ist mit einem Intel Atom Prozessor und dem Intel Chipsatz Mobile 945GSE Express ausgestattet. Die Festplatte hat eine Kapazität von 160 GB. Neben einem VGA-Anschluss für einen externen Monitor und drei USB 2.0-Ports steht ein Multi-in-One Card Reader für die wichtigsten Speicherkartenformate bereit. Am oberen Bildschirm-Rahmen ist die Webcam Acer Crystal Eye integriert, die mit hervorragender Bildqualität Live Video Streaming, Video Chats und Videokonferenzen ermöglicht. Für die Verbindung mit WLANs und dem Internet ist das Netbook mit einem 802.11b/g WiFi-Modul sowie der Acer SignalUp-Technologie ausgestattet. Optional bietet es eine Bluetooth-Verbindung und ist für völlig uneingeschränkte Konnektivität auch mit integriertem UMTS erhältlich. Laut unbestätigten Angaben soll das Netbook Acer Aspire one D150 zu (je nach Ausführung) UVPs von 329, 349 und 449 Euro im März in Europa auf den Markt kommen. www.acer.de

Archos kündigt für 2009 ein Netbook und einen Mini-Tablet-PC an



Archos wird im Laufe des Jahres 2009 zwei neue Mini-Notebooks auf den Markt bringen, von denen ein Modell als Mini-Tablet-PC ausgelegt werden soll: Das Netbook Archos 10s wird mit nur 20 mm besonders dünn sein und neben den üblichen Kommunikationsmöglichkeiten zusätzlich mit einem UMTS-Modem ausgestattet sein. Ein zweites Modell soll als Mini-Tablet-PC konstruiert werden und mit einem Touchscreen ausgestattet werden. Auf der Festplatte des Archos 10s mit 160 GB Speicherplatz wird als Betriebssystem Windows XP Home vorinstalliert. Der Arbeitsspeicher soll die Größe von 1 GB haben. Das zweite Modell, der Mini-Tablet-PC, wird laut Angaben von Archos nur 800 g wiegen und mit 17 mm noch dünner als das Archos 10s ausfallen. Der mit einem 9-Zoll-Touchscreen ausgestattete Mini-Tablet-PC wird mit virtueller Tastatur und Handschrifterkennung bedient und besitzt keine herkömmliche Tastatur und keinen Trackstick. Da Archos für den Mini-Tablet-PC eine Handschrifterkennung einsetzt, wird die kostengünstige, an Bedingungen geknüpfte ULPC-Lizenz für Windows XP Home bei diesem Modell wahrscheinlich nicht als Betriebssystem verfügbar sein. Es wäre aber denkbar, dass Microsoft dem kleinen Tablet-PC kostengünstig eine Lizenz für die Windows Tablet-PC Edition spendiert. Doch das ist nur eine Vermutung. Der Mini-Tablet-PC soll mit einer Intel Atom-CPU der Z5-Serie bestückt werden. Abbildungen oder UVPs für die beiden neuen Archos Netbooks sind noch nicht verfügbar. Das Mini-Notebook Archos 10s soll schon im April

2009 auf den Markt kommen. Der Mini-Tablet-PC, von dem bisher noch keine Modellbezeichnung bekannt ist, soll im dritten Quartal des Jahres 2009 verfügbar werden. Archos bekräftigt seine Absicht, sich auch zukünftig im Markt der Mini-Notebooks zu engagieren und kündigt bei Chip Sets und CPUs eine enge Kooperation mit Intel an. Neue Netbooks ab dem Jahr 2010 sollen auf der neuen Moorestown-Plattform basieren. www.archos.com

Eee Videophone: Erstes eigenständiges Skype-zertifiziertes Videotelefon



Mit dem auf der CeBIT ausgestellten Eee Videophone präsentiert Asus das erste eigenständige Skype-zertifizierte Videotelefon, mit dem sowohl kostenlose Skype-zu-Skype-Gespräche oder Videotelefonate wie auch Anrufe ins Festnetz abgewickelt werden können. Ohne jedes langwierige Starten eines PCs können Video- und Sprachanrufe in alle Welt durchgeführt werden.

Das kompakte Eee Videophone mit Abmessungen von 202 x 123 x 253 mm ist mit Akkus und WLAN-Funkverbindung ausgestattet und zu Hause, im Büro oder Ferienquartier einsatzbereit. Für Video-Telefonate mit hervorragender Bild- und Klangqualität sorgen die integrierte 0,3 Megapixel Kamera, der 7 Zoll große Bildschirm mit 800 x 480 Bildpunkten sowie das eingebaute Mikrofon und ein Lautsprecher.

Die mit besonders großen Symbolen ausgestattete Benutzeroberfläche ermöglicht einfache und komfortable Handhabung. Das Eee Videophone ist in erster Linie für Telefon-Konferenzen im Home Office oder Büro oder Videotelefonie mit Verwandten oder Freunden in aller Welt konzipiert und zum UVP von 259,- Euro bereits lieferbar.

Eric Chen, Chief Operating Officer bei Asus und Geschäftsführer von Deutschland, betont: „Die CeBIT ist wieder Schauplatz innovativer Produktneuheiten. Als Erfinder der Netbook-Klasse und Vorreiter im Bereich innovativer Computerdesigns werden auch wir in diesem Jahr wieder mit revolutionären Highlights einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der Veranstaltung leisten. Unser Ziel für 2009 ist es, die Eee Familie weiterhin auszubauen, die Netbook Marktführerschaft zu behaupten und bis Ende 2009 weltweit 7 Millionen Eee PCs zu verkaufen.“



Mit der Präsentation trendsetzender Gerätedesigns, überzeugender Produktvielfalt und innovativer Anwendungsmöglichkeiten bietet uns die CeBIT als international führende Computermesse die ideale Plattform, um unser Ziel zu erreichen und neue Maßstäbe für die IT-Welt zu setzen.“ www.asus.de

IT



Produktiver arbeiten mit Notebook Lapfit-Display von Samsung

Mit dem „Lapfit-Monitor“ SyncMaster LD220U bringt Samsung jetzt ein völlig neues Display-Produkt auf den Markt. Das in schwarzglänzendem Design gehaltene Lapfit-Display kann auf gleicher Höhe neben ein Notebook gestellt werden und erweitert die zur Verfügung stehende Bildschirmfläche erheblich. Als Tandem-Bildschirm im 16:9-Format mit 21,5 Zoll Bilddiagonale erleichtert das neue Samsung Display die Arbeit bei Anwendungen, die eine hohe Bildschirmauflösung erfordern und steigert die Produktivität erheblich. Auch Filme und Computerspiele lassen sich auf dem 21,5 Zoll großen SyncMaster LD220U mit echter Full-HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten darstellen oder abspielen. Die Reaktionszeit beträgt nur 5 ms. Weil der Bildschirm auf gleicher Höhe wie das Notebook steht und seine untere Rahmenkante bündig mit der Unterkante des Notebook-Displays abschließt, gestaltet sich das Arbeiten mit dem zweiten Bildschirm besonders angenehm. Statt einem normalen Standfuß ist der SyncMaster LD220U mit einer innovativen, auf der Rückseite des Displays angebrachten Aufstellvorrichtung ausgestattet, mit der sich der



Neigungswinkel des Lapfit-Monitors passend zum Anstellwinkel des Notebook-Displays einjustieren lässt. Das Lapfit-Display erleichtert es dem Anwender, mehr Informationen zur gleichen Zeit im Blick zu behalten, vermeidet zeitraubende Wechsel zwischen Anwendungsfenstern und sorgt als zweites Display für flüssiges und effizientes Arbeiten: So lässt sich z. B. auf dem Notebook-Display ein Text bearbeiten, während auf dem Lapfit-Display parallel dazu eine Tabelle verfügbar ist. Das Beste: Daten und Texte lassen sich per „Drag & Drop“ von einem Fenster in das andere Fenster übertragen, wie bei der Arbeit mit einem einzigen großen Monitor und Anwendungsfenster lassen sie sich vom Notebook-Display auf den Arbeitsbereich des Lapfit-Displays verschieben. Mittels „Ubi-Sync“-Technologie wird der Lapfit-Monitor über ein einziges Kabel mit der USB-Schnittstelle des Notebooks verbunden. Ein zusätzliches Videokabel ist nicht erforderlich. Das Lap-

fit-Display verfügt über einen USB-Hub, um stationäre Zusatzgeräte wie Tastatur, Maus, externe USB-Festplatte oder einen Drucker mit dem Notebook zu verbinden. Das erspart die Dockingstation. Auch mobile Geräte wie Digitalkamera, Smartphone oder USB-Stick können an den Lapfit-Monitor angeschlossen werden. Mit einem an das Notebook angeschlossenen USB-DVB-T-Empfänger lässt sich der Lapfit-Monitor auch als Fernseh-Bildschirm nutzen. Das Lapfit-Display wird synchron mit dem Notebook automatisch in den energiesparenden Stand-by-Modus umgeschaltet und verbraucht dann weniger als 1 Watt. „Mit dem Lapfit-Konzept bieten wir der wachsenden Zahl von reinen Notebook-Usern ein benutzerfreundliches, ergonomisches und energiesparendes Zusatzdisplay an“, erklärt Jürgen Reinhard, Product Marketing Manager Display bei Samsung. „Mit seinem schlanken Design und dem schwarzglänzenden Finish beeindruckt das Lapfit-Display zudem durch seine Optik und sorgt für noch produktiveres Arbeiten.“

www.samsung.de

Buffalo „JustStore Desktop“: externer, portabler Speicher



Der japanische Netzwerk- und Speicherspezialist Buffalo Technology erweitert sein Produktportfolio um den neuen „JustStore Desktop“: Die kostengünstige Variante der Buffalo „DriveStation TurboUSB“ mit 500 GB oder 1 TB großer Festplatte kommt ohne zusätzliche Software und Extra-Features aus und ist deshalb ideal für alle, die vor allem eine preiswerte Speicherplatz-Erweiterung brauchen, ganz gleich, ob für die Computer-Arbeit zu Hause oder im Büro. Der jüngste Spross der Buffalo Speicherfamilie zeichnet sich neben den technischen Eigenschaften durch einen günstigen Preis aus. Durch den Verzicht auf zusätzliche Software und erweiterte Features ist der neue JustStore Desktop bereits ab circa 91,- Euro erhältlich (500-GB-Modell). Das innovative, lüfterlose Designkonzept und der effektive Stromsparmodus machen auch die preisgünstige Version der DriveStation Turbo USB zum optisch attraktiven, leisen und umweltschonenden Speichermedium. Einfach per USB 2.0 mit dem PC oder einem Mac verbinden, und der JustStore Desktop ist einsatzbereit. Eine Treiberinstallation ist nicht erforderlich. Dem zuverlässigen Speichern, Backup und Transport beliebiger digitaler Daten, Bilder, Dokumente und Filme steht mit einem JustStore Desktop nichts mehr im Wege. Die Vorteile im Überblick: leiser, lüfterloser Betrieb, benutzerfreundliche treiberlose Installation, mit FAT32 vorformatierte Festplatte zur sofortigen Benutzung, via USB 2.0 mit PC oder Mac einsetzbar, schwarzes Gehäuse, baugleich zur Buffalo DriveStation Turbo USB. Der „JustStore Desktop“ von Buffalo ist mit der Kapazität von 500 GB oder 1000 GB zu folgenden UVPs lieferbar: HD-E500U2-EU (500 GB): 90,99 Euro; HD-E1.0TU2-EU (1000 GB): 124,99

Euro. Buffalo leistet auf seine Produkte eine Garantie von 24 Monaten. Auf der diesjährigen CeBIT ist Buffalo im „Reseller Park“, Halle 25, Stand F 100, zu finden.

www.buffalo-technology.com

„Get ready for pole position“: Mobile Computer Acer Ferrari 1200



Mit dem neuen Notebook „Ferrari 1200“ bringt Acer, laut Marktbeobachter Gartner data (1H 2008) drittgrößter Computer-Hersteller weltweit, eine vollkommen neue Notebook-Serie mit exklusiven Design-Elementen für anspruchsvolle mobile Computernutzer auf den Markt. Von der Auswahl der verarbeiteten Materialien, der Linienführung und farblichen Gestaltung bis hin zu den kleinsten Details vermittelt das Ferrari 1200 Notebook das „Look and Feel“ eines Formel 1 Racing Cars. Sein aus Carbon-Fiber angefertigtes Gehäuse ist leichter und zugleich gegenüber Beanspruchungen stärker als vergleichbare Gehäuse aus Magnesium-Legierungen. Das Belüftungssystem entspricht mit Ausnahme des Geräuschpegels dem Auspuffsystem eines



Formel 1 Rennwagens, und das Touchpad mit galvanisierter Metalloberfläche erinnert an Gas- und Bremspedal eines Ferrari-Automobils. Außen zielt ein feinfühlig abgestimmtes Wellenmuster das attraktive Gehäuse, während die inneren Flächen mit seidenweichem Soft-Touch Coating und Velvet-Texturierung eine Atmosphäre von luxuriösem Interieur und ergonomischem Komfort vermitteln. Das supermobile, vielseitige und leistungsstarke Ferrari 1200 führt den Anwender zu neuen Rekorden in Sachen Power-Entertainment. Ohne die hohe Portabilität einzuschränken, ist das Ferrari 1200 mit einem integrierten Slot-Loaded DVD SuperMulti Optical Drive ausgestattet und unterstützt Dolby Home Theater der 2. Generation für realistisches naturgetreues Multimedia-Vergnügen. Das 12,1-Zoll Wide Format Acer CrystalBrite LC-Display ist mit einer energieeffizienten Hintergrundbeleuchtung mit weißen LED-Lichtquellen ausgestattet und stellt Office-Anwendungen, Spiele und Videofilme mit perfekter Klarheit und leuchtenden Farben dar. Das Display ist Energy Star-kompatibel und unterstützt die Reduzierung der CO₂ Emissionen. Die High-Tech-Klassifikation des Ferrari 1200 spiegelt sich in den Ausstattungsmerkmalen wider: kabellose Bluetooth Maus, Xpress VoIP Phone, Acer InviLink Wi-Fi-zertifizierte Netzwerk-Anbindung mit SignalUp Technologie nach 802.11 WLAN-Standard, Acer Videokonferenz-Lösung mit Acer CrystalEye Webcam, optionalem Acer Xpress VoIP phone und Acer PureZone Technologie für höchste VoIP-Qualität, auch bei unruhiger Umgebung wie z. B. der Zieleinfahrt beim Großen Preis von Deutschland. Die Schaltzentrale des

Ferrari 1200 wird von einem kraftvollen AMD Turion X2 Ultra Dual-Core Mobile Prozessor angetrieben, verstärkt durch AMD's innovative Direct Connect Architecture mit einem Direct High-Speed Link zwischen den beiden CPU-Kernen. Das AMD M780G Chipset verbindet erweiterte Grafik-Fähigkeit mit moderatem Energieverbrauch. 4 GB Dual Channel DDR2 Speicher wirken als Turbo für hohen Speicherdurchsatz und beschleunigen Multimedia Applikationen, Intensiv-Gaming und Video-Bearbeitung auf Spitzenwerte. Fingerabdrucksensor und VOIP-Lösung mit Ferrari-Branding runden das optimal getunte Power-Paket ab. Verkaufspreise und Verfügbarkeitsdatum des Acer Ferrari 1200 sind noch nicht bekannt.

www.acer.de

Eee Familie auf der CeBIT 2009



Unter dem für Weltbürger aussagekräftigen Motto „Inspiring Innovation – Persistent Perfection“ präsentiert Asus auf der CeBIT neben anderen Exponaten innovative Neuheiten der erfolgreichen Eee Familie. Stars des Asus-Messestands sind die Eee PC Modelle Eee PC T91 und T101H mit Touchscreen Display sowie das revolutionäre Eee Keyboard, flankiert von der kompletten Eee Familie inklusive des weltweit ersten Eee Videophones und Eee PC-Modellen mit integriertem UMTS-Modul. Mit dem Eee PC T91 in schwarz-weißer Design-Kombination und dem Eee PC T101H präsentiert Asus erstmals elegante konvertible Netbooks mit Bilddiagonalen von 8,9 und 10 Zoll und wie bei einem Tablet-PC stufenlos um 180 Grad drehbarem Touch-Display. Verfügbarkeitsdatum, Spezifikationen und Verkaufspreise stehen noch nicht fest. Asus ist bei Netbooks mit 60% Marktanteil Marktführer in Europa. Verkaufsziel bis Ende 2009: 7 Millionen Eee PCs. Neben der Eee Familie ist in Halle 26, Stand D39, das komplette Asus Notebook-Display- und Netzwerk-Portfolio zu sehen. PC-Komponenten und Gaming Produkte werden separat in der komplett von Asus angemieteten Halle 22 präsentiert.



www.asus.de

Asus Eee Keyboard mit integriertem PC



Mit dem Eee Keyboard stellt Asus eine weltweit neue Gerätekategorie vor und unterstreicht erneut seine hohe Innovationsfähigkeit. Es handelt sich um eine elegante, schlanke Tastatur, die unterhalb des Tastenfeldes einen vollwertigen PC integriert und über ein seitlich auf Tastaturhöhe eingebautes 5-Zoll Mini Touchscreen-Display verfügt. Das Eee Keyboard ist als portabler Internet Rechner für die Couch und den Einsatz im Wohnzimmer konzipiert. Es lässt sich als kabelloses Abspielgerät von Multimedia-Inhalten über ein Fernsehgerät oder einen Monitor einsetzen. www.asus.de



Pos Aktuell

Fujitsu überträgt seine Festplatten-Sparte auf Toshiba

Die japanischen Elektronik-Unternehmen Toshiba Corporation und Fujitsu Ltd. haben die Unterzeichnung eines „Memorandum of Understanding“ (MOU) über den Transfer des Fujitsu Festplatten-Geschäfts auf Toshiba bekanntgegeben. Die Transaktions-Partner sind übereingekommen, baldmöglichst einen Vertrag über die Transfer-Modalitäten abzuschließen und die Übertragung im ersten Quartal des nächsten japanischen Fiskal-Jahres (April–Juni 2009) durchzuführen. Der vereinbarte Plan sieht vor, dass Fujitsu alle Produktionsanlagen und Aktivitäten seiner Hard Disk Drive (HDD) Sparte in eine neue Unternehmensgesellschaft einbringt, an der Toshiba mehr als 80 Prozent der Besitzanteile hält und die als Tochtergesellschaft in die Toshiba-Firmengruppe eingegliedert wird. Um einen reibungslosen Übergang des Eigentümerwechsels zu gewährleisten, will Fujitsu für eine begrenzte Zeit einen unterhalb von 20 Prozent liegenden Anteil an dem neuen Unternehmen halten. Diese Anteile sollen später ebenfalls in den Besitz von Toshiba übergehen, das dann Alleininhaber der neuen Gesellschaft wird. Die Konsolidierung des HDD-Geschäfts beider Unternehmen wird Toshiba den weiteren Ausbau seiner starken Position als weltweit führender Anbieter

von „small form factor“ Hard Drive Disks (2,5 Zoll und kleiner) erleichtern. Kleine Festplatten mit hoher Speicherkapazität werden in großen Stückzahlen bei Notebook-PCs, mobilen Geräten der Consumer Electronics und Anwendungen im Kraftfahrzeugbereich eingesetzt. Die Zusammenlegung der beiden Festplatten-Geschäftsbereiche verschafft Toshiba den Einstieg in den Festplatten-Markt für Server und festplatten-basierte Datenspeicher-Systeme, in dem Fujitsu die Marktführerschaft besitzt. Toshiba ist bestrebt, auch in diesem Marktsegment die führende Position zu besetzen, um dort die zunehmende Nachfrage aus dem Unternehmensbereich nach Datenspeicher-Systemen zu bedienen. Ein erfolgreicher Einstieg mit Massenspeicher-Produkten wird Toshiba auch dabei helfen, seine marktführende Position im Geschäft mit flashspeicher-basierten Solid State Drives (SSD) zu festigen und neue Produkte für „servers and enterprise storage systems“ zu entwickeln, bei denen Toshiba's NAND Flash Memory Technologie mit der „enterprise HDD technology“ von Fujitsu verschmolzen wird. Die neue Anbieter-Konstellation wird nach Ansicht von branchenkundigen Analysten als Initialzündung für eine dynamische Expansion des Marktes für Solid State Drives wirksam werden. Auf der Grundlage der neu gemischten Karten hat sich Toshiba zum Ziel gesetzt, seinen Anteil am gesamten Weltmarkt für HDDs bis 2015 auf mehr als 20 Prozent zu erhöhen.

www.toshiba.de

Spielekonsolen • Software • Games

Sony CEE: Ziel zwei Monate früher erreicht als geplant

PS3 knackt Millionengrenze

Sony Computer Entertainment Deutschland hat allen Grund zum Feiern: Insgesamt eine Million Playstation 3 wurden seit Erscheinen am 23. März 2007 in Deutschland verkauft, und die Millionste ging bei Media Markt über den Ladentisch. Eine beeindruckende Summe, denn somit wurde das Verkaufsziel zwei Monate vor Ende des Fiskaljahres 2008 erreicht.

Insgesamt bleibt Playstation die beliebteste Konsole weltweit, denn auch der Erfolg von PlayStation 2 (PS2) setzt sich weiter fort. Bisher wurden 5,8 Millionen Stück in Deutschland verkauft, davon allein 500.000 im vergangenen Kalenderjahr. Damit ist die PlayStation 2 das beliebteste Videospiel-system in Deutschland, insbesondere für



Uwe Bassendowski: „Mit einem Marktanteil von 47 Prozent ist jede zweite in Deutschland verkaufte TV-Spielekonsole eine PlayStation.“

Family-Entertainment. „Wir freuen uns sehr und sind stolz darauf, dass wir genau zwei Monate vor Ablauf des Fiskaljahres 2008 unser Ziel, eine Million PS3 in Deutschland zu verkaufen, erreicht haben. Bei allen unseren Kunden möchten wir uns ganz herzlich für das Vertrauen bedanken“, erklärt Uwe Bassendowski, Managing

Director Sony Computer Entertainment Deutschland. Der Erfolg liegt nicht zuletzt an Software-Reihen wie SingStar oder BUZZ!.

Bei diesen Spielen heißt es, den Controller zur Seite zu legen und durch Mikrofone oder Buzzer zu ersetzen. Zusätzlich zu diesen Spielen, die auch für PS3 zu haben sind, kommen aber auch Fans von Action, Racing und Adventure nicht zu kurz: MotorStorm Pacific Rift, Gran Turismo: 5 Prologue, Ratchet & Clank: Quest for Booty, LittleBigPlanet und Killzone 2 – die Produktvielfalt bietet das Richtige für jeden Geschmack und ist die Basis des Erfolgs.

„Unsere Kunden haben uns in unserer bisherigen Strategie, die wir seit der Einführung der PS3 im März 2007 eingeschlagen



Die Playstation 3 setzt den Erfolg der PS2 fort. Einer der Hauptgründe hierfür ist das umfangreiche Softwareangebot, welches über alle Genres hinweg bis zum Family-Entertainment für jeden die passenden Spiele bereitstellt. Auch in 2009 wird Sony Computer Entertainment das Portfolio ausbauen.

haben, bestätigt und somit dazu beigetragen, die Erfolgsgeschichte von PlayStation fortzusetzen. Das bedeutet auch, dass mit einem Marktanteil von 47 Prozent nach

wie vor jede zweite in Deutschland verkaufte TV-basierende Spielekonsole eine PlayStation ist“, freut sich Bassendowski.

www.playstation.de

Ubisoft erwirbt Entwicklerstudio Action Pants

Durch diese Übernahme besitzt Ubisoft nun sein erstes internes Entwicklungsstudio an der Westküste Nordamerikas. Action Pants Inc. wurde 2006 von den Videospieldesignern Simon Andrews, Nik Palmer und Omar al-Khafaji gegründet und beschäftigt zur Zeit über 110 Entwickler. Das BC Business Magazine zählte Action Pants Inc. zu den besten Firmen, für die man im Jahr 2007 in British Columbia arbeiten konnte. 2009 erscheint der erste Titel des Studios: Ein Sportspiel, das exklusiv für Nintendo Wii entwickelt wird. www.ubisoftgroup.com

RTL interactive bringt „Apassionata“ für DS

In „Apassionata – Die Galanacht der Pferde“ für Nintendo DS lernt der Spieler den richtigen Umgang mit seinem Pferd: Durch Streicheleinheiten und Leckereien gewinnt der Spieler langsam das Vertrauen des Pferdes, bevor die ersten Ausritte und Trainingsstunden Reiter und Pferd noch enger zusammenschweißen. Ziel des Spiels ist es letztendlich, die Teilnahme an der glamourösen Apas-

sionata-Show so erfolgreich wie möglich zu gestalten. „Apassionata – Die Galanacht der Pferde“ ist der berühmten Originalshow detailliert nachempfunden und eignet sich als perfektes Geschenk für alle, die schon immer im Rampenlicht der berühmten Pferdegala stehen wollten. www.rtl-games.de



Neues Detektivspiel von Nintendo für DS

Ob Kinder oder Erwachsene – mit „Mystery Case Files: MillionHeir“ können ab jetzt Hobby-Ermittler aller Altersklassen ihr detektivisches Gespür beweisen. In dem humorvollen Denk- und Rätselspiel für Nintendo DS geht es darum, einen geheimnisvollen Millionenerben zu finden und ein raffiniertes Verbrechen aufzuklären. Es gilt, Tatorte nach Spuren und Beweisstücken zu durchsuchen, clever zu kombinieren und zu analysieren. www.nintendo.de



Industrie setzt auf neue GamesCom in Köln

Die internationale Spieleindustrie zeigt auf Europas neuem Event- und Entertainment-Highlight, vom 19. bis 23. August in Köln die gesamte Bandbreite interaktiver Unterhaltungssoftware und Hardware. Neben den Mitgliedsunternehmen des Bundesverbandes Interaktive Unterhaltungssoftware (BIU), die derzeit mit ihren vielfältigen Spieleportfolios für Casual- und Corespieler ihren Messeauftritt in Köln planen, bereiten sich zahlreiche weitere Aussteller aus allen Bereichen der Games-Industrie auf die Messe vor. Dazu zählen im Business- und Consumerbereich der gamescom verstärkt auch führende Unternehmen aus dem Bereich Online- und Browsergames, einem der Wachstumsmärkte der Industrie. www.gamescom.de

G.I. JOE schlägt im Sommer zu

Ein Held betritt die Videospield Bühne. Im Sommer dürfen Fans in dem gleichnamigen Videospiel in die Haut von G.I. JOE schlüpfen und den Machenschaften der finsternen Organisation COBRA das Handwerk legen.

Der Titel basiert auf der Spielzeugmarke von Hasbro und erscheint zeitgleich zur Premiere des Kinofilms G.I. JOE: The Rise of Cobra am 7. August. Das G.I. JOE-Videospiel wird eine exklusive Story enthalten, die dort ansetzt, wo der Film endet. So können die Spieler die besten Momente des Films, der Zeichentrickserie und der Action-Figur-Serie nachstellen und wiederaufleben lassen.

Das Spiel enthält zwölf G.I. JOE-Charaktere, alle mit eigenen Fähigkeiten und Waffen. Für zusätzliche Motivation sorgt der Einzelbildschirm-Kooperativmodus, bei dem zwei Spieler im Team arbeiten und gemeinsam versuchen, die mächtige Organisation COBRA zu zerschlagen. www.electronic-arts.de



Nunchuk Minis für Wii von Logic3

Der Nunchuk Mini ist da und bringt Farbe ins Nintendo Wii Spiel. Erhältlich in sechs verschiedenen Farben werden die Nunchuks einfach an die Wii Remote angeschlossen, und los



geht's. Die kleinen Früchtchen haben Z & C Tasten und einen 8-Wege Analogstick. Kompatibel zu allen Spielen, die einen Nunchuk benötigen, enthalten sie Beschleunigungsmesser für bewegungssensitives Spielen und sind ergonomisch designt, um bequem in jede Hand zu passen. Der Verkaufspreis beträgt 19,99 Euro. www.logic3.de

Games Convention Online startet in Leipzig

Die Leipziger Messe veranstaltet vom 31. Juli bis 2. August 2009 eine neue Gamesmesse. Unter dem Titel Games Convention Online ist sie die erste eigenständige Plattform in Europa für den derzeit dynamischsten Markt der Spielebranche: die Browser, Client und Mobile Games. Unterstützt wird die neue Gamesmesse von marktführenden Unternehmen der Onlinebranche wie Bigpoint und Gameforge. Die Messe wird in zwei getrennte Bereiche für das Fachpublikum und die Gamer gegliedert sein. www.gamesconvention.com



Brennstoffzellen als portable Energiequellen

„Tanken statt Laden“



Prototyp eines Mobil-Telefons Methanol Brennstoffzelle (DMFC), Batterie und wiederbefüllbarem Tank von Toshiba.

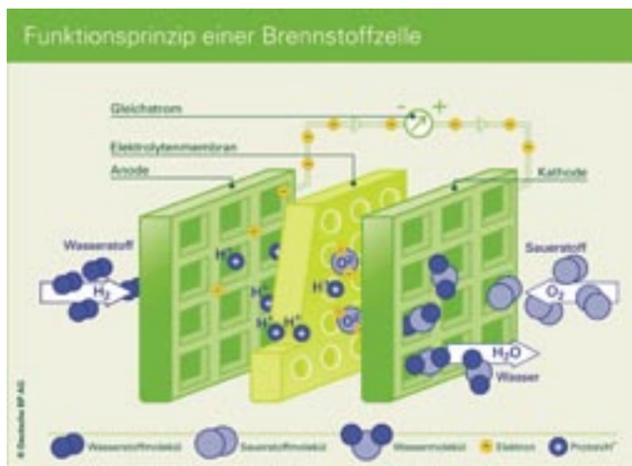
Brennstoffzellen sind nicht nur in Forschungs-Abteilungen der Automobilkonzerne ein Thema, sondern auch bei Entwicklungs-Ingenieuren der Consumer-Electronic Hersteller. Bei der Entwicklung von Miniatur-Brennstoffzellen für portable Geräte steht nicht die Vermeidung klimaschädlicher Gase im Vordergrund, sondern die Verlängerung der Geräte-Laufzeit oder völlige Unabhängigkeit von Stromquellen zur Aufladung der Akkus.

Letzteres ist bei Einsätzen fernab der elektrischen Stromversorgungsnetze interessant, z. B. bei Expeditionsteilnehmern und Berg-

steigern. Auch bei Reisen in andere Länder mit unterschiedlichen Netzspannungen und Steckverbindungen würde mancher Reisende seine mitgeführten Ladestecker-Netzteile gerne gegen einen wiederauffüllbaren Methanol-Tank tauschen.

Brennstoffzellen erzeugen Energie auf direktem Weg

Eine Brennstoffzelle funktioniert nach dem Prinzip der umgekehrten Elektrolyse: Wasserstoff, (oder auch Alkohole), und Luftsauerstoff werden jeweils getrennt an Elektroden vorbeigeführt. Über einen Elektrolyten in festem oder flüssigem Aggregatzustand erfolgt ein Austausch der Sauerstoff-Ionen: Der Wasserstoff oxidiert mit dem Sauerstoff zu Wasser und setzt elektrische Energie frei, die genutzt werden kann. Die Brennstoffzelle soll in naher Zukunft verstärkt Kraftfahrzeuge antreiben und auch Mobiltelefone



Schema der Wirkungsweise einer Wasserstoff-Brennstoffzelle

und tragbare Computer, wenn die Zellen klein genug sind. Neben den mit Wasserstoff betriebenen Brennstoffzellen gibt es auch Methan-Brennstoffzellen.

Mobion DMFC von MTI Micro und Samsung als mobile Energiequelle

MTI Micro und Samsung kooperieren bei der Entwicklung und Erprobung von Mobion Direct Methanol Fuel Cell (DMFC) Technologie und haben auf der CES

2008 mehrere mit der Mobion DMFC als Energiequelle betriebene Prototypen vorgestellt. „Kommende Generationen der Mobil-Telefone werden über zahlreiche zusätzliche Funktionen verfügen, wie z. B. mobiles Satelliten TV, Video-Streaming, 3D Gaming und Multimedia-Anwendungen“, erläutert Peng Lim, CEO, MTI Micro Fuel Cells. „Konventionelle Energiequellen wie Lithium-Ion Batterien werden bald nicht mehr in der Lage sein, über mehrere Stunden hinweg den Energiebe-

darf für diese zusätzlichen Funktionen zu liefern. Wir anerkennen die Weitsicht Samsungs bei der Entwicklung neuer, zukünftigen Ansprüchen genügender Energiequellen.“

Methanol Brennstoffzelle (DMFC) mit Batterie von Toshiba

Auf der größten asiatischen Elektronik-Messe CEATEC im Oktober 2008, hat der japanische Elektronik-Konzern Toshiba den Prototyp eines Mobil-Telefons vorgestellt, der durch die Kombination einer Methanol Brennstoffzelle (DMFC) mit Batterie und wiederbefüllbarem Tank mit Energie versorgt wird. Der Brennstoffzellen-Batterielader ist so konzipiert, dass er auch zusammen mit anderen portablen elektronischen Geräten eingesetzt werden kann und erreicht mit einer Tankfüllung die doppelte Betriebszeit wie eine volle Lithium-Ionen Batterie.



MTI Micro und Samsung haben auf der vergangenen CES mehrere Mobion Direct Methanol Fuel Cell (DMFC) Energiequellen für portable Geräte vorgestellt.

Abmahnfalle und Bußgeldquelle?

5. Novelle zur Verpackungsverordnung

Seit Jahresbeginn müssen Online-Händler und Händler, die Waren an private Endverbraucher versenden, die am 1.1.2009 in Kraft getretene neue 5. Novelle zur Verpackungsverordnung beachten. Anfragen in Foren und Internet-Portalen lassen erkennen, das bei vielen Online-Händlern große Unsicherheiten darüber bestehen, ob der Anschluss an einen Entsorgungsdienstleister durch die Verordnung vorgeschrieben ist, welche Kosten dies verursacht, und welche alternativen Lösungen im Einklang mit der neuen Verpackungsverordnung stehen.

Information schützt vor Abzockerei

Die Erfahrung mit ähnlichen Neuregelungen in der Vergangenheit lässt vermuten, daß es in der ersten Zeit nach dem Inkrafttreten der neuen Verpackungsverordnung verstärkt zu Abmahnungen und Klagen wegen

Wettbewerbs-Verstößen kommen wird. Es ist zu erwarten, dass Gerichte in Klagefällen die Verwendung nicht lizenzierter Verpackungen als Verstoß gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) einstufen. Denn der wichtigste Grund für die Verabschiedung der 5. Novelle zur Verpackungsverordnung war die Absicht des Gesetzgebers, unentgeltliche Trittbrettfahrerei im Dualen System Deutschland (Grüner Punkt) unmöglich zu machen. Bisher wurden bundesweit riesige Mengen nicht lizenzierter Verpackungsmaterialien durch die Wiederverwertungs- und Entsorgungssysteme des Dualen Systems beseitigt. Verwender dieser nicht lizenzierten Verpackungen sparten durch das kostenlose Recycling viel Geld und verschafften sich damit einen deutlichen Wettbewerbsvorteil gegenüber Mitbewerbern. Wer nicht die Zeit und Geduld hat, sich mit den Details der neuen Verpackungsverordnung vertraut zu machen, sollte sich von einem mit der Thematik vertrauten Rechtsanwalt beraten lassen. Das hilft ihm dabei, sich gegen unberechtigte Abmahnungen zur Wehr zu

setzen und ermöglicht ihm, zwischen Angeboten verschiedener Lizenzierungs-Partner zu unterscheiden und die beste Lösung zu finden. Ein Händler, der die Vorschriften der neuen Verpackungsverordnung nicht einhält und sich die anfallenden Kosten erspart, verschafft sich gegenüber Mitbewerbern einen Wettbewerbsvorteil im Sinne des UWG. Einige unterbeschäftigte Anwälte stehen vermutlich schon in den Startlöchern, um sich an der nächsten Abmahnwelle zu beteiligen.

Bußgelder bis zu 50.000 €

Auch die Verpackungsverordnung enthält zum Zweck ihrer Durchsetzung, wie das Gesetz über das Inverkehrbringen, die Rücknahme und die umweltverträgliche Entsorgung von Elektro- und Elektronikgeräten, ein Instrumentarium aus Bußgeldvorschriften. Verstöße können mit Bußgeldern bis zu 50.000 Euro belegt werden, und von dieser Möglichkeit wird vor allem bei Nichtbeachtung der mit der 5. Novelle eingeführten Neuregelungen Gebrauch gemacht werden. Nach § 15 Nr. 4 und 7 der

Verpackungsverordnung handelt derjenige ordnungswidrig im Sinne des § 61 I Nr. 5 des Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetzes, der vorsätzlich oder fahrlässig entgegen § 6 I 1 Verpackungsverordnung nicht an einem flächendeckenden Rücknahmesystem beteiligt bzw. entgegen § 613 eine Verkaufsverpackung an Endverbraucher abgibt. Nach § 61 III Kreislaufwirtschafts- und Abfallgesetz kann eine solche Ordnungswidrigkeit pro Verstoß mit einer Geldbuße bis zu 50.000 Euro geahndet werden.

Wer muss sich registrieren lassen

Die Verpackungsverordnung betrifft nur gewerbliche Hersteller und Vertrieber. Registrierungspflichtig sind Händler und Vertrieber, die Verkaufsverpackungen erstmals in den Verkehr bringen. Als Verkaufsverpackung wird eine Verpackung eingestuft, die beim Endverbraucher anfällt und dort entsorgt werden muss. Vertrieber ist, wer Verpackungen, Packstoffe oder Erzeugnisse, aus denen unmittelbar Verpackungen hergestellt werden, oder Waren in Verpackungen, gleich-

gültig auf welcher Handelsstufe, in Verkehr bringt. Vertrieber ist auch der Versandhandel (§ 3 IX der Verpackungsverordnung). Eine unterschiedliche Behandlung von kleinen und großen Vertriebern ist nicht vorgesehen.

Wer keine nicht registrierten Verkaufsverpackungen in den Verkehr bringt, muss sich nicht registrieren. Die Schwierigkeit ist, sicherzustellen, dass man nur bereits registrierte Verpackungen verwendet. Denn auch Füllmaterialien wie Styropor, Recyclingpapier oder Luftpolsterfolien müssen registriert sein. Das gilt auch für Versandverpackungen der Deutschen Post AG (wie z. B. Luftpolsterumschläge und Briefumschläge).

Weil mit dem Inkrafttreten der neuen Fassung der Verpackungsverordnung die Pflicht entfällt, auf registrierten Verpackungen ein Registrierungssymbol anzubringen, ist die Identifizierung registrierter Verpackungen kaum möglich. Deshalb sollte man sich von seinen Lieferanten zur eigenen Absicherung schriftlich nachweisen lassen, dass alle eingesetzten Verpackungsmaterialien vorschriftsmäßig registriert sind.

Viele wichtige Fragen zum Thema werden leicht verständlich auf dieser Webseite beantwortet:

<http://www.it-recht-kanzlei.de/verpackungsverordnung-faq.html>

Zielorientierter, leistungsstarker
und kreativer

Marketing-/ Communications- & PR-Manager

mit fundierten Kenntnissen
in den klassischen
Marketingdisziplinen wie:

- Advertising
- PR
- Promotions
- Produktion von Trade/
PoS Material
- Konzeption und Umsetzung
(Text und Grafik)
- Planung
- Budgetierung und Organisation
von Messe-Events
- innovative Konzepte auch bei
geringeren Budgetvorgaben
- langjährige Erfahrung
in der UE Branche
im internationalen Markt
- mit exzellenten Englisch-
kenntnissen in Wort und Schrift

sucht neues Aufgabenspektrum
für eine weitere
berufliche Herausforderung.

Selbständiges und zuverlässiges
Arbeiten, Organisationsgeschick,
Teamfähigkeit sowie Sicherheit im
Umgang mit Menschen zähle ich
neben Ehrgeiz, Entwicklungswillen
und Zielstrebigkeit zu den Grundlagen
meines beruflichen Engagements.
Meine aussagefähigen Bewerbungs-
unterlagen fordern Sie bitte an unter:

Chiffre 4312533

Key Account Manager/Sales Manager

**in ungekündigter Position
sucht neuen Wirkungskreis für qualifizierte
Management- und Vertriebsaufgabe.**

Biete:

Langjährige Erfahrung und erstklassiges Beziehungsnetzwerk
in den Bereichen IT Komponenten/ PC & Notebooks, Consumer Products,
Digital Imaging, IT Distribution, Retail, Etail, Systemhäuser.
Hervorragende Kenntnisse in der Großkundenbetreuung,
fundierte Erfahrungen und nachweisbare Erfolge in der Konzeption,
Organisation, Aufbau und Strukturierung von nationalen
und internationalen Vertriebsseinheiten, aqisestark
und verhandlungssicher auch im internationalen Markt
durch sehr gute Englischkenntnisse.

Habe ich Ihr Interesse geweckt?

Nehmen Sie Kontakt auf unter
Chiffre 4312393



Nicht ungeprüft blinzeln!

Digitalkameras werden immer klüger:
Die meisten können inzwischen nicht
nur Gesichter erkennen, sondern wis-
sen auch, wann das Motiv lächelt (gut)
oder die Augen geschlossen hat
(schlecht). Nikon setzt bei der neuen
Coolpix Generation sogar noch einen
drauf: Die Kameras haben laut Herste-
ler die „verbesserte Blinzelperfung“. Da
fragt sich die PoS-MAIL Redaktion, ob
Nikon bisher etwa die Fotomotive unge-
prüft blinzeln ließ. Das wäre ja fahrläs-
sig. Wir fordern: Blinzelperfung für alle!
Und zwar die verbesserte Blinzelper-
fung! Wer ungeprüft blinzelt, verliert die
Blinzel-Lizenz. Unkontrollierbares (und
damit ungeprüftes) Blinzeln heißt in der
medizinischen Fachsprache übrigens
Blepharospasmus, auch Lidkrampf oder
Blinzeltic genannt.

Wir schließen daraus: Wer durch die
Blinzelprüfung fällt, tickt nicht ganz
richtig.

Handelsvertreter

ziel- und ergebnisorientiert,
mit langjähriger Erfahrung und besten
Kontakten zum Fachhandel/Fachmärkte
sucht für die Sparten

Hifi - TV - Zubehör

neue Vertretungen für den Raum
Schleswig-Holstein, Hamburg, Bremen,
Niedersachsen.

Mein Profil:

- hohe Vertriebs- und Fachkompetenz
- ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit
zum Kunden und Importeur
- korrektes und sicheres Auftreten

In einem zukunftsbezogenen Markt
möchte ich meine vielschichtigen Erfahrungen
und Kenntnisse sowie mein Können
in professionell-innovativer Weise
in Ihrem Unternehmen einbringen.

Meine detaillierten Bewerbungsunterlagen
erhalten Sie unter Chiffre 4312653
oder rufen Sie mich an: Mobil 0160 909 14 689

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing
erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen: Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 10 v. 1. Januar 2009

Layout und Herstellung:

Detlef Gruss, Susanne Blum,
Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben
nicht in jedem Fall die Meinung der

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

Rückporto ist beizufügen.

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

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

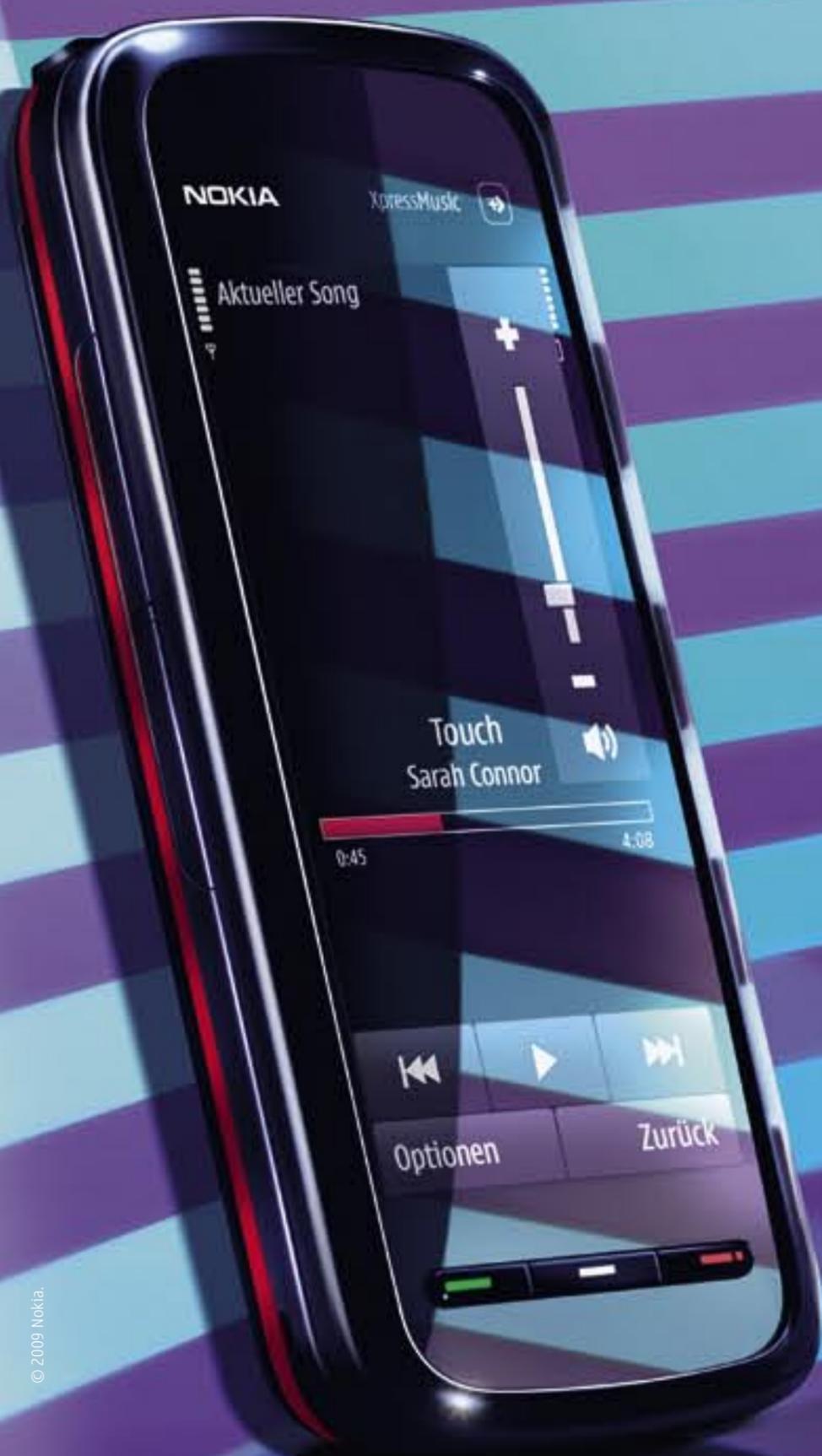
Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint
monatlich. Der Abonnementspreis beträgt
60,- € jährlich (Ausland: 80,- €).
Die Zustellung ist im Preis enthalten.

ISSN: 1615-0635



LEB DIE SEKUNDE MUSIK HANDY MIT TOUCH SCREEN

TOKIO HOTEL	3:45
NOSLIW	4:01
WISHBONE ASH	12:41
HERRE & ERCOLINO	5:30
SARAH CONNOR	4:08
GEORGE - MARTYN	6:11



NOKIA

Nokia 5800 XpressMusic

Play. Share. Touch.

Intuitiver Touchscreen
Kamera mit Carl-Zeiss-Optik
8 GByte große Speicherkarte

www.nokia.de/touch