

# POS-MAIL

April 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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

## SUPER SLIM LCD

Der schlankste LCD TV der Welt\*



Änderungen vorbehalten. \* Stand: 6. Januar 2008; gültig für Modelle mit integrierten TV-Tunern; nach einer JVC Erhebung LT-46S90/LT-46DS91/LT-42S90/LT-42DS90

### Schlank. Stylish. Schön.

Von Außen bestechen das spektakulär schlanke Design, bedienerfreundliche Touchsensoren und die naturgetreue Bildwiedergabe mit Full HD 1920x1080. Innen punktet die Technik mit einem besonders niedrigen Energieverbrauch – gut für Mensch und Umwelt.



Offizieller LCD TV der UEFA EURO 2008™  
[www.jvc.de](http://www.jvc.de)



# Boom-Markt Navigation und Car-Entertainment

Das Marktsegment der Portable Navigation Devices (PND), der mobilen Navigationsgeräte, zeigt seit geraumer Zeit eine besondere Dynamik. In Europa werden derzeit monatlich mehr als eine Million Geräte verkauft, allein in Deutschland sind es Monat für Monat mehr als 300.000 Stück. Sie sind klein und handlich sowie schnell und einfach in jedem Fahrzeug installiert, können aber auch problemlos von Fußgängern und Fahrradfahrern genutzt werden. Auf der CeBIT 2008 war mobile Navigation eines der von Herstellern gut besetzten Trendthemen. Zu sehen gab es in Hannover nicht nur neue Geräte, sondern vor allem auch neue Dienste und neue Ausstattungs-

Alle Neuheiten, gleichgültig ob Geräte oder Software, werden dazu beitragen, dass das Thema mobile Navigation dem Handel auch in den kommenden Jahren noch weiter Spaß machen wird; zumal sich mit jeder Neuerung und jeder neuen Gerätegeneration die Zielgruppe potentieller Käufer vergrößert. Denn längst sind mobile Navigationsgeräte keine

Domäne mehr für Technikverliebte oder Berufskraftfahrer (siehe dazu auch die Meldung „GfK sieht tragbare Navis auf Erfolgskurs“ auf S. 11 dieser Ausgabe). Multimedia im Auto beschränkt sich aber bekanntlich nicht nur auf mobile Navigation. Im Gegenteil, Musik und Filme per DVD als Teil des Car-Entertainments waren schon lange vorhanden, als Navi-

merkmale in den Geräten. Hier lagen die Schwerpunkte insbesondere auf neuen Angeboten für die Kartenaktualisierung, auf der Erweiterung der „normalen“ Navigationsfunktionalität der Geräte (zum Beispiel durch Multimediaangebote oder die Integration von zusätzlichen Reiseinformationen) und Einführung neuer Mehrwertdienste, andererseits auf neuen oder verbesserten Funktionen wie Fahrspurassistenten, „naturgetreuen“ Ansichten der Verkehrssituationen oder umfangreichen Sprachsteuerungsfunktionen. Sie alle liefern dem Handel weitere Argumente für das Verkaufsgespräch am Point of Sale.

gation vor allem Festeinbauten in den Fahrzeugen meinte. Inzwischen ist ein Großteil der neuzugelassenen Pkw's ein eigenständiges Multimedia-Center, und mit einer Vielzahl neuer Angebote können Pkw-Fahrer ihre Fahrzeuge ihren ganz persönlichen Unterhaltungswünschen anpassen. Einen Überblick über aktuelle Entwicklungen in den Bereichen

mobile Navigation und Car-Entertainment gibt auch in diesem Jahr erneut die Messe Car+Sound, die 2008 vom 10.–13.4. wieder in Sinsheim ihre Pforten öffnet. Dort wird unter anderem zu sehen sein, wie sich Car-Entertainment, das weiterhin Kernthema der Messe ist, immer mehr hin zu Car-Infotainment mit Vernetzung vieler multimedialer Anwendun-

[www.funai.de](http://www.funai.de)

Hisense Hisense Hisense  
powered by quadral

DLT-42G1 FH (MGDI plus Full HD-Technologie)  
DLT-37G1  
DLT-32G1  
[www.daewoo-electronics.com](http://www.daewoo-electronics.com)

# EXILIM PRO EX-F1

## – DIE SCHNELLSTE KAMERA DER WELT.\*



*Hightspeed Fotografie mit bis zu 60 Fotos/Sekunde, Hightspeed Filmaufnahmen mit bis zu 1200 Bildern/Sekunde, 12fach optischer Zoom mit mechanischer Bildstabilisierung, Videos in Full HD Qualität, das Display mit Super Clear LCD-Technologie und viele weitere innovative Funktionen – die neue EXILIM Pro EX-F1 ist mehr als eine Kamera. Die EX-F1 eröffnet eine neue Dimension der Fotografie.*

## CASIO setzt erneut Maßstäbe in Sachen Kamera-Innovationen: Mit der EX-F1 – einer Kamera, die alle Rekorde bricht.



### GESCHWINDIGKEIT IST ALLES.

Der neuartige Highspeed CMOS-Sensor und ein Highspeed LSI-Prozessor ermöglichen eine unglaubliche Bildrate von bis zu 60 Fotos in einer Sekunde – in voller Auflösung von 6 Megapixeln, mit 12fach optischem Zoom und mechanischer Bildstabilisierung.

Aufsehenerregende Fotosequenzen, das garantierte Treffen des perfekten Moments: Die EX-F1 eröffnet eine neue Dimension der Fotografie.

Dabei ermöglicht es die anwenderfreundliche Technik, die Bildrate durch Drehung des Funktionsringes am Objektiv zu verändern: So können bis zu 60 Fotos in einer Sekunde aufgenommen werden – oder 2 Sekunden lang 30 Fotos pro Sekunde. Oder 12 Sekunden lang 5 Fotos pro Sekunde. Ganz nach Bedarf.

Bei aktiviertem Pre Record Modus der EX-F1 werden bis zu 60 Fotos in einer Sekunde fortlaufend zwischengespeichert, so dass der entscheidende Moment nie verpasst wird. Selbst, wenn der Auslöser etwas zu spät gedrückt wird, ist der perfekte Moment bereits abgespeichert.

Der Clou: die Zeitlupenfunktion der EX-F1. Sie „verlangsamt“ die Echtzeit, damit der perfekte Augenblick entspannt fotografiert werden kann. Bis zu 60 Fotos in einer Sekunde werden fortlaufend zwischengespeichert und in Zeitlupe auf dem Display der EX-F1 abgespielt – der kurze Moment, der über ein perfektes Foto entscheidet, wird so deutlich verlängert.

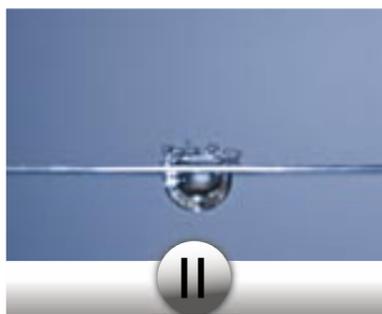
Im Dunkeln sorgt der Rapid Flash für ultraschnelle Serienbildaufnahmen mit Xenon-Blitz. Bis zu 20 aufeinander folgende Aufnahmen mit einer Geschwindigkeit von 7 Fotos pro Sekunde sind möglich.

Und für ambitionierte Fotografen bietet die EX-F1 neben anwenderfreundlichen Automatikfunktionen auch diverse manuelle Einstellungen wie z.B. Blende, Verschlusszeit oder eine Kombination aus beidem.



### SCHNELLER ALS DAS MENSCHLICHE AUGE.

Die ultraschnelle Filmfunktion der EXILIM Pro EX-F1 fängt Bewegungen ein, die das Auge nicht mehr wahrnimmt, um sie dann – in ultralangsamem Zeitlupe abgespielt – zu Momenten des Staunens werden zu lassen.



Aufnahme mit 300 Bildern/Sekunde.

Die EX-F1 filmt per Knopfdruck auf den Movie Button mit wählbaren Aufzeichnungsgeschwindigkeiten von 300 über 600 bis hin zu unglaublichen 1200 Bildern pro Sekunde – so entstehen atemberaubende Slow-Motion-Sequenzen, die eine Welt zeigen, die dem menschlichen Auge normalerweise verborgen bleibt.

### VIDEOS IM HEIMKINO-FORMAT.

Filmaufnahmen in Full HD Qualität, mit 12fach optischem Zoom und Stereoton – die EX-F1 garantiert Videogenuss für höchste Ansprüche, in einer Auflösung von 1920x1080 Pixeln mit 60 Halbbildern pro Sekunde. Und mit einem optional erhältlichen HDMI-Anschlusskabel verwandelt die EX-F1 ein HD-kompatibles Fernsehgerät in ein privates Heimkino.

### DAS KANN SICH SEHEN LASSEN: SUPER CLEAR LCD.

Durch die neu entwickelte Super Clear LCD-Technologie setzt das große 7,1 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay der EX-F1 neue Maßstäbe in Sachen Sehvergnügen: überragende Kontraste, die jedes Detail scharf und akzentuiert abbilden. Außergewöhnliche Helligkeit, die selbst bei Sonnenschein ungetrübten Sehgenuss ermöglicht. Und brillante Displayansichten aus nahezu jedem Betrachtungswinkel.

AB APRIL 2008 IM FACHHANDEL.



**EXILIM**  
PRO  
www.exilim.de

# Besser spät als nie

Die Frage, wann und in welchem Umfang die Fernsehsender, früher Anstalten genannt, in den HDTV-Betrieb einsteigen, beschäftigt die Branche (und uns) schon seit langem. Jetzt haben zumindest die öffentlich-rechtlichen Sender einen Fahrplan, pardon, eine „Roadmap“ für die reguläre HDTV-Einführung bekanntgegeben: Mit der Übertragung der Olympischen Winterspiele in Vancouver im Februar 2010 (also in fast zwei Jahren) soll der HDTV-Regelbetrieb beginnen. Anschließend wollen beide Sender ihre Hauptprogramme im Simulcast-Betrieb, also parallel, in HDTV- und Standard-Auflösung ausstrahlen.



Bis zum Februar 2010 muss sich die wachsende Zahl der Besitzer von HD ready- oder gar Full HD-Geräten mit HDTV „Showcases“ begnügen – früher sagte man auf Deutsch dazu „Testsendungen“. So hat der Digitalkanal EinsFestival während der Osterfeiertage 2008 sage und schreibe über 40 Sendungen mit einer Gesamtlänge von 75 Stunden in HDTV über Satellit übertragen, darunter so aufregende Dinge wie die BBC-Serie „Planet Erde“. Weitere „Showcases“ plant die ARD zur IFA 2008 und zu Weihnachten. Frohes Fest!

Die gute Nachricht dabei ist: Die Öffentlich-Rechtlichen haben sich erstmals festgelegt – das war für ZVEI, Bitkom und gfu schon Grund genug zum Jubeln. Die Privatsender eiern bekanntlich immer noch mehr oder weniger rum – eine große Gruppe hat ihre HDTV-Ausstrahlungen über Satellit vor kurzem bis auf weiteres eingestellt.

Die Sender sollten allerdings die Zeichen der Zeit genau beobachten: Das einzige Consumer Electronics Thema, das auf der CeBIT wirklich eine Bedeutung hatte, war (und ist) IP-TV. Man braucht kein Prophet zu sein, um zu erwarten, dass innerhalb relativ kurzer Zeit eine ganze Reihe von Content-Anbietern in diesem Format hochaufgelöste Filme und weitere Inhalte anbieten wird – und zwar, wie es auf Englisch so schön heißt, „on demand“; auf Deutsch: Man kann die anschauen, wann man will. Das funktioniert bei den Sendern bekanntlich selten.

Übrigens: In Österreich und der Schweiz wird bereits die Fußball-EM 2008 in HD übertragen. Und nach einer repräsentativen Haushaltsbefragung im Auftrag des Bitkom wünschten sich bereits im Sommer 2007 14,3 Millionen Deutsche mehr Free TV Sendungen im HD-Format. Schade eigentlich, dass sie darauf noch zwei Jahre warten müssen.

Herzlichst

Thomas Blömer  
Verleger

Franz Wagner  
Objektmanagement

gen im Fahrzeug wandelt. Die moderne Medienwelt ändert sich derzeit so schnell, dass im Pkw oft mehr als nur Freisprechen oder Navigation nachgerüstet werden. MP3-Musikdatenbanken und DVD-Filmwiedergabe für den Beifahrer sind nur einige Beispiele der wachsenden Möglichkeiten, die auch für den beratenden Handel neue Tätigkeitsfelder eröffnen. Die Herausforderung dabei ist, Entertainment- und Informationsangebote im Fahrzeug so zu vernetzen, dass die Mitfahrer abwechslungsreiche Unterhaltung genießen können und der Fahrer gezielt informiert wird, ohne dass er vom Verkehrsgeschehen abgelenkt wird.

Da das im Fahrzeug vorhandene Autoradio hierbei als Kommunikationszentrale oft überfordert ist, bietet der Nachrüstmarkt eine Vielzahl multimedialfähiger Headunits an, die mit immer besser klingenden Car-HiFi-Komponenten das Klangniveau guter Heimanlagen erreichen. Wenn ein Austausch des Radios nicht möglich, wenig sinnvoll oder einfach nicht gewünscht ist, braucht es immer intelligentere Lösungen, neue Multimediaanwendungen in die vorhandene Car-Infotainment-Struktur zu integrieren.

Die Musik der mobilen Elektronik wird in Sinsheim eine große Rolle spielen, und mit Spannung werden die optischen und akustischen Highlights erwartet, die zur Mobilität der Autofahrer dazugehören: mobile Navigationssysteme ebenso wie Autoradios, Bildschirme, Alarmanlagen und Zubehör. Die ersten beiden Messetage sind den Fachbesuchern vorbehalten. Das Wochenende auf der Car+Sound ist auch für Endanwender vorgesehen. Die Messe erlebt in diesem Jahr ein Novum. Erstmals ist der Verkauf von Zubehör und firmengebundenen Merchandisingartikeln zugelassen. Wir präsentieren auf den folgenden Seiten nur eine kleine Auswahl der Neuheiten, die auf der CeBIT zu sehen waren bzw. auf der Car+Sound in Sinsheim zu sehen sein werden.

## JVC

So zeigt JVC auf der Messe zum Beispiel das DVD-Multimedia-Center KD-AVX44, das unter anderem mit einem 3,5"-Monitor und Bluetooth ausgestattet ist.



Darüber hinaus bietet das Gerät einen USB-Anschluss für iPod und DVD. Es ist kompatibel zu den Dateiformaten MP3, WMA, AAC, WAV und DivX. Der einge-

## Mit neuem Dienst Navigon FreshMaps erhalten Navigon Nutzer alle drei Monate eine neue Karte

Navigon hat den neuen Dienst FreshMaps für die Nutzer von Navigon Navigationsgeräten angekündigt: Mit Navigon FreshMaps stellt das Unternehmen ab sofort alle drei Monate ein vollwertiges Datenpaket von Navteq für ganz Europa zum Download bereit. Dieses beinhaltet den vollen Kartenumfang mit Straßendaten neuer und geänderter Straßen und Sonderzielen inklusive. Mit Navigon FreshMaps benachrichtigt das Unternehmen die Nutzer ab sofort umgehend, wenn aktuelle Streckeninformationen zum Download bereitstehen und bietet gleich die Möglichkeit, diese herunterzuladen. Dabei beschränkt sich Navigon nicht nur auf



Straßensperrungen, sondern bietet ein vollständiges Update. Über das kostenlose Download-Portal Navigon FreshMaps gelangen die neuen Karten problemlos aus dem Internet auf das Navigationsgerät. Das Programm gibt es kostenlos auf der Navigon-Homepage [www.navigon.de](http://www.navigon.de). Neben dem neuen Service Navigon FreshMaps stehen dann auch regelmäßige Blitzer- oder Software-

Updates für Navigon-Produkte zur Verfügung. Der Service, bei dem jede einzelne Änderung täglich von Experten überprüft wird, kostet im 24-Monats-Abo einmalig 99 Euro. Für den neuen Navigon 2110 max wird das 24-Monats-Flatratepaket bei Registrierung innerhalb von 30 Tagen nach dem Kauf für gesamt 19,95 Euro angeboten. Beim Navigon 8110 gibt es den Service die ersten zwei Jahre kostenlos. Navigon FreshMaps kann für die gesamte Navigon-Produktfamilie genutzt werden. Gearbeitet wird derzeit an dem ebenfalls neuen Dienst Navigon Parking, der Navigon Navigationsgeräte in allen Fragen rund um das Thema Parkplatz auf dem neuesten Stand halten wird. Der Dienst soll kontinuierlich alle relevanten Informationen rund um das Thema Parken zur Verfügung stellen. Die Updates mit allen aktuellen Details zu Parkplatzpreisen, freien Stellflächen, Parkhäusern und -plätzen können entweder vor der Fahrt aus dem Internet auf das Navigon-Gerät gespielt oder jederzeit und überall bequem aufs Handy geladen werden. Der Service soll zunächst in mehr als 60 deutschen Städten eingeführt werden. Knapp 300.000 Parkplätze sind damit von Beginn an abgedeckt. [www.navigon.de](http://www.navigon.de)

baute Verstärker hat eine Ausgangsleistung von 4 x 50 Watt, die für Musik von CD, CD-R und CD-RW genutzt werden können. Zur weiteren Ausstattung gehören der 5.1 Decoder, vergoldete Line-Ausgänge, ein vergoldeter A/V-

Eingang, ein vergoldeter Subwoofer-Ausgang und die Dual-Zone Funktion. Das Gerät ist für Lenkrad-Bedientasten bereit und bietet ein motorgetriebenes Bedienteil. Ebenfalls neu bei JVC ist das DVD/SD/USB-Multimedia-Center KW-

## Zusatzprodukte für den Merian scout Navigator

Merian scout setzt seinen Weg in der Weiterentwicklung von Navigationsgeräten zu elektronischen Reisebegleitern fort: Auf der CeBIT hat das Unternehmen verschiedene Neuentwicklungen und Zusatzprodukte für den Merian scout Navigator präsentiert. So sind für den Marktstart im Frühjahr zunächst Multimedia-Reiseführer für europäische Reiseziele wie Paris, Rom, Toskana oder Mallorca geplant. Wie der Deutschland-Guide von Merian scout Navigator enthalten diese umfassende Texte, Audio-Beiträge und Bilder zu Sehenswürdigkeiten, Restaurants, Hotels usw., die mit dem Navigationssystem intelligent verknüpft sind. Die Europa-Reiseführer stehen dem Handel auf SD-Karten für 29,90 Euro (UVP) zur Verfügung.



Außerdem gab Merian scout bekannt, dass der Merian scout Navigator den red dot award für hohe Designqualität erhält. Eine international besetzte Expertenjury wählte den Personal Travel Assistant (PTA) aus 3.203 Kandidaten zu den Gewinnern der Kategorie Produkt Design Unterhaltungselektronik. Die Preisverleihung findet am 23. Juni im Essener Opernhaus statt. Das Gerät kombiniert intelligent einen Reiseführer mit einem vollwertigen Navigationssystem für ganz Europa. Die Reisetips zu Hotels, Restaurants, Sehenswürdigkeiten usw. im Reiseführer stammen aus den Redaktionen der Zeitschriften Merian und Feinschmecker. Neben dem Bildmaterial enthält der Reisebegleiter auch automatisch per GPS abspielbare Hörstücke zu interessanten Sehenswürdigkeiten oder Urlaubsregionen. [www.merian.de/autonavigation/index.php](http://www.merian.de/autonavigation/index.php)

AVX810, das mit einem eingebauten 7"-Wide-Touch-Screen-Monitor ausgestattet ist. Das Gerät bietet darüber hinaus ein abnehmbares Bedienpanel, einen Video-Eingang (Kamera) und einen optischen Digitalausgang.



Das KW-AVX810 kann mit iPod und DVD-R, -RW, +R und +RW genutzt werden und verarbeitet die Audio- bzw. Videoformate MP3, WMA, AAC, WAV- und DivX. Außerdem ist das Gerät für Dolby Digital/dts/MPEG-Audio geeignet. Die Ausgangsleistung von 4 x 50 Watt, der Ready für Bluetooth-Adapter, zwei vergoldete Line-Ausgänge und das motorbetriebene Bedienteil sind weitere Ausstattungsmerkmale.

[www.jvc.de](http://www.jvc.de)

### Becker

Becker stellt ein neues mobiles Navigationsgerät in kratzfester Klavierlack-Optik vor, das die Palette seiner Premium Slim-Line-Serie um eine 4,3-Zoll-Display-Variante erweitert. In der Preisklasse um 280 Euro bietet das Becker Traffic Assist 7827 vielseitige Multimediafunktionen wie die Wiedergabe von Musik-,

Video- und Bilddateien. Das Gerät navigiert sicher durch 37 europäische Länder. Zusätzliche Funktionen wie „Reality View“, „Lane Info“, „POIs on the route“ und Geschwindigkeitswarner unterstützen den Fahrer. Außerdem werden bei grenzüberschreitender Navigation hilfreiche Hinweise zur jeweils ländertypischen Straßenverkehrsordnung – wie Tempo-Limits, Vignetten-Pflicht und Alkoholgrenzen – angezeigt. Darüber hinaus präsentiert sich der Lotse mit übersichtlichem Screen-Design und selbsterklärender Benutzerführung. Abwechslungs-



reiche Unterhaltung bietet das Becker Traffic Assist 7827 mit seinen Multimedia-Funktionen. So spielt das Gerät MP3-Musik von SD-Card oder Videoclips im MPEG-Format und zeigt im JPG-, BMP-, PNG- oder GIF-Format gespeicherte Bilder. Sprach- und Musikwiedergabe ist über einen hochwertigen Lautsprecher möglich oder über Kopfhörer bzw. die Bord-Lautsprecher bei Verwendung der Dockingstation aus dem Sonderzubehör.

Das auf der CeBIT vorgestellte

## Neues Flaggschiff nüvi 860 von Garmin mit Sprachsteuerungstechnologie

Garmin hat auf der CeBIT sein neues Premium-Navigationsgerät nüvi 860 vorgestellt. Das flache und elegante Gerät bietet die neueste Sprachsteuerungstechnologie, dank derer sich nahezu alle Funktionen des Gerätes per Sprache steuern lassen. Neu dazugekommen ist außerdem eine große Anzahl an Funktionen, die für eine komfortable Bedienung und höchstmöglichen Sicherheitskomfort sorgen. Zur Aktivierung der Sprachsteuerung befestigt der Nutzer lediglich eine kleine Fernbedienung („Push-to-Talk“-Fernbedienung) am Lenkrad. Weitere Einstellungen oder Kenntnisse sind nicht nötig. Nach Aktivierung der Sprachsteuerung kann das nüvi 860 mittels der auf dem 4,3-Zoll Touchscreen-Display angezeigten Befehle per Spracheingabe gesteuert werden. So können nahezu alle Navigationsfunktionen aufgerufen werden, ohne das Gerät auch nur einmal zu berühren. Auch der Zugriff auf die Datenbank mit Sonderzielen ist per Sprachkommando schnell und einfach möglich.



Da das nüvi 860 mittels Bluetooth-Technologie mit einer Vielzahl von kompatiblen Telefontypen verbunden werden kann und da auch Telefonnummern per Stimme angewählt werden können und bei ausgewählten Telefonen sogar der Zugriff auf eingegangene, entgangene und selbstgewählte Anrufe möglich ist, ist das nüvi 860 zugleich eine vollwertige und komfortable Freisprecheinrichtung. Das Gerät „versteh“ wahlweise US- oder

britisches Englisch, europäisches Französisch, Spanisch, Deutsch, Italienisch und Niederländisch.

Dank der neuen „Instant-on“-Funktion ist das Garmin nüvi 860 nach dem Einschalten jetzt noch schneller einsatzbereit als die Vorgängermodelle. Um Autofahrern zu helfen, ihr eigenes Auto in einer unbekanntem Umgebung oder auf einem überfüllten Parkplatz schnell wiederzufinden, speichert das nüvi 860 die Position, bei der es zuletzt aus der Halterung genommen wurde und zeigt diese automatisch an.

Das nüvi 860 kann bis zu zehn Routen speichern, die sich anhand einzelner Punkte und einer Vorschau anzeigen lassen. Werden mehrere Ziele eingegeben, so sortiert das Gerät diese automatisch und berechnet die effizienteste Gesamtroute für Besorgungen, Lieferungen oder Kundenbesuche. Ein automatisch erstelltes Routenprotokoll erlaubt eine Rückverfolgung der Reise mit bis zu 10.000 Trackpunkten.

Das nüvi 860 ist mit zahlreichen Entertainment- und Reiseprogrammen ausgestattet. Darunter ein Musikplayer für MP3-, Ogg- und Flac-Formate. Es kann Hörbücher wiedergeben und bietet Wecker, Bildbetrachter, Währungsrechner und Spiele. Das innovative System Garmin Lock trägt zur Diebstahlprävention bei: Es sperrt alle Funktionen, bis der Anwender einen vierstelligen Code eingibt oder das Gerät an einen vorher persönlich festgelegten Ort bringt. [www.garmin.de](http://www.garmin.de)

mobile Multimediastem Becker Vision Pro vereint alle Unterhaltungsmedien in einem handlichen Gehäuse. Das Vision Pro bietet einen kontrastreichen und reaktionsschnellen 7"-Touch-Screen im 16:9-Format. Dieser dient zum einen der Wiedergabe von Filmmaterial in den verschiedenen unterstützten Formaten und andererseits der Bedienung. Über das übersichtliche Bedienpanel, das bei Bedarf auf dem Touch-Screen erscheint, lässt sich die Film- und Bildwiedergabe ebenso steuern



wie das Abspielen der Musik. Das integrierte DVD-Laufwerk mit seitlichem Einschub unterstützt die derzeit gängigen DVD- und CD-Formate. Bei der Filmwiedergabe werden die Formate MPEG1 bis MPEG4, DivX, XVID und AVI unterstützt. Bei der Bildwiedergabe werden die Formate JPEG, Kodak-Picture-CD, TIFF, RAW und BMP unterstützt. Neben der Wiedergabemöglichkeit von CD und DVD bietet das Vision Pro zusätzlich für MP3-Dateien einen USB-Port für Speichersticks und einen SD/MMC-Card Reader.

[www.mybecker.com](http://www.mybecker.com)

### Kenwood

Kenwood präsentiert auf der Car+Sound mit den „Navitainern“ DNX5220 und DNX5220BT zwei Allrounder für das Fahrzeug-

cockpit. In jedes der Doppel-DIN-Gehäuse wurden nicht nur CD/DVD-Spieler, Autoradio und Verstärker gepackt, sondern auch ein präzises Navigationssystem für ganz Europa. Der Moniceiver ist

einfach im Fahrzeuginneren zu installieren und bietet vielfältige wie auch komfortable Anschlussmöglichkeiten. So ist ein USB-Port für Speichermedien wie Sticks oder mobile Festplatten

## Garmin stellt Navigationspaket für Notebooks vor

Garmin hat auf der CeBIT erstmalig in Europa Garmin Mobile PC gezeigt. Mit diesem Navigationspaket können Notebooks zu Navigationsgeräten ausgebaut werden. Garmin Mobile PC bietet die gleichen Schaltflächen „Zieleingabe“ und „Karte“, wie sie auch bei den Garmin Produkten der nüvi-Reihe zu finden sind. Mit wenigen Klicks können gewünschte Adressen oder eines von beinahe sechs Millionen Sonderzielen gesucht werden. Auch die Ansteuerung von gespeicherten Outlook-Kontakten ist mit Garmin Mobile PC möglich. Die Navigationssoftware für Notebooks bietet aber weit mehr als herkömmliche Routenplanung: Neben den klassischen Garmin-Funktionen wie Sprachausgabe, Re-Routing und Tourencomputer, der Reisedaten wie ein Kfz-Bordcomputer automatisch aufzeichnet, ist bei Garmin Mobile PC auch eine Routenprotokollfunktion mit an Bord. Fahrer, die ihre letzte Route im nachhinein betrachten möchten, rufen die Funktion Track Log auf und können die gefahrene Strecke nochmals betrachten oder



auf Google Earth in der Vogelperspektive „nachfliegen“. Garmin Mobile PC ist sowohl als reines Softwarepaket als auch mit Garmins neuem GPS 20x Sensor erhältlich. Die reine Softwareversion ist kompatibel mit Breitband-Modems sowie internen und externen GPS-Empfängern, die über serielle oder Bluetooth-Verbindung Daten im NMEA GPS Format bereitstellen. Wem das Zubehör fehlt oder wer keinen GPS-Empfänger besitzt, sollte das GPS 20x-Sensor-Paket wählen, das einen hochempfindlichen GPS-Sensor mit USB-Anschluss enthält. Der leichtgewichtige GPS 20x-Sensor besitzt Gummifüße zum Auflegen auf das Armaturenbrett und ist weniger als fünf Zentimeter lang. Garmin Mobile PC Nutzer erhalten automatisch kostenlosen Zugang zu den Garmin Online Services. Dieser internetbasierte Echtzeit-Datenservice stellt Informationen über Wetter, Radarfallendaten und Verkehrsmeldungen von TMC-Anbietern in europäischen Ländern bereit, sofern diese unterstützt werden. [www.garmin.de](http://www.garmin.de)

## POS-MAIL INHALT

- T-Mobile: 2008 steht im Zeichen der Flatrates ... 10
- Vodafone richtet sich auf den Kunden aus ... 10
- T-Home auf der CeBIT ... 12
- debitel-Mitarbeiter trafen sich zum Vertriebs-Kickoff ... 13



- Zusatzumsatz durch Dienstevermarktung ... 15
- The Phone House arbeitet an Franchise-Konzept ... 16
- Samsung SGH-U900: Elegant und verführerisch ... 18
- Yato bringt DSL mit Rückkanal via Satellit ... 23



- Strategie der japanischen Display-Industrie ... 24
- Funai baut sein LCD-Portfolio aus ... 26
- Expert auf Wachstumskurs ... 26

- Panasonic – Die High Definition Connection ... 28
- Sony bringt Walkman-Serie mit Bluetooth-Technologie ... 29
- Philips setzt auf die Kraft der Emotionen ... 29
- IFA 2008: Kaffeemaschinen mit Sex-Appeal ... 31



- JVC „Super Slim“ LCD- TVs ... 32



- EP: Einkaufen muss Spaß machen ... 36
- Aktuell ... 8, 35
- Navigation ... 11
- Telekommunikation ... 14, 16
- Satellitentechnik ... 22
- Displays ... 27
- Unterhaltungselektronik ... 30
- Informationstechnologie ... 15, 33, 34
- Games ... 37
- Kleinanzeigen ... 38
- No(?)sense ... 38
- Impressum ... 38

verfügbar, um Audiofiles (MP3/WMA/AAC) wiedergeben zu können. Auch Videodateien und Filme im MPEG1/2-Format lassen sich abspielen. Der USB-Port dient gleichzeitig als Schnittstelle zu



den Apple-Playern der Generation 2006 und 2007. Kenwood hat den Anschluss überarbeitet und die iPod-Verbindung auf „voll-digital“ umgestellt. Zusätzlich gibt es einen Front AV/IN-Eingang, der den Anschluss von externen Videoquellen, zum Beispiel Digicamcordern, erlaubt. Der DNX5200BT ist mit einem integrierten Bluetooth-Modul ausgestattet, um Telefongespräche über den Monitor zu führen und Audiofiles abzuspielen.

Mit zwei neuen Audio/Video-Allroundern bringt Kenwood außerdem großes Musik- und Filmvergnügen ins Auto. Dank ihres



7“-„Z-Action“-Monitors finden die Moniceiver KVT-729 DVD Platz im einfachen DIN-Schacht. Ihr

Bildschirm bietet neben einer bestechenden Bildqualität eine neue, übersichtlich gestaltete grafische Menüoberfläche für die bequeme Handhabung aller Gerätefunktionen. Das Auffinden und Auswählen des Lieblingstitels gelingt ebenso leicht wie das Aufrufen aller weiteren Menüfunktionen. Auf einen Fingertipp reagiert die berührungsempfindliche Bildschirmoberfläche sofort. Über den USB-Anschluss wird die Verbindung zur Palette der USB-Speichermedien hergestellt. Von externen Festplatten und USB Memory Playern bis zu Speichersticks und Card-Readern kann beim KVT-729 DVD alles zur Wiedergabe von AAC-, WMA- und MP3-Formaten angedockt werden, was einen USB-Anschluss hat. Als Flaggschiff dieses Multimedia Receiver-Duos bietet der KVT-829 DVD gleich zwei USB-Ports. [www.kenwood.de](http://www.kenwood.de)

### Blaupunkt

Der neue TravelPilot 300 der Bosch-Tochtergesellschaft Blaupunkt bietet neben sehr schneller Routenberechnung und zuverlässiger Zielführung auch eine Bluetooth-Schnittstelle zum Mobiltelefon sowie Entertainment-Funktionen. Der Autofahrer bedient den TravelPilot 300 komfortabel per Touchscreen. Das Gerät hat Zugriff auf Navigationsdaten von mehr als 20 Ländern Westeuropas. Optional lassen sich auch die Daten von zwanzig osteuropäischen Ländern laden. Ein integrierter TMC-Empfänger sowie die integrierte TMC-Anten-

### Neue TomTom Navis berechnen die Fahrzeit genauer als jemals zuvor

TomTom hat auf der CeBIT eine Weiterentwicklung der TomTom GO-Serie mit neuen Funktionen und neuen Inhalten angekündigt, darunter einen Fahrspurassistenten sowie die IQ Routes-Technologie. Diese basiert auf der tatsächlich im Alltag erreichten Durchschnittsgeschwindigkeit auf einer Straße – im Gegensatz zu den bisher verwendeten statischen Angaben der maximalen Höchstgeschwindigkeit auf einer Straße. Das bedeutet, dass die neue TomTom GO-Serie Routen so ermittelt, dass zunächst alle in Frage kommenden Routen bestimmt werden und anschließend die Route ausgewählt wird, die am wenigsten Zeit beansprucht. In nahezu 50 Prozent aller Fahrten führt dies zur Wahl einer anderen und schnelleren Route – dadurch verkürzt sich die Reisezeit merklich. Daneben bietet die neue TomTom GO-Serie einen Fahrspurassistenten, der Autofahrern bei komplexen Abfahrten und Kreuzungen ein realistisches Bild der Umgebung darstellt und dank verbesserter optischer Anweisungen detaillierter über die nächste Verkehrssituation informiert.



Im Gegensatz zu den Angaben über die erlaubten Höchstgeschwindigkeiten basiert die neue TomTom IQ Routes-Technologie auf der tatsächlich erreichten Durchschnittsgeschwindigkeit auf einer bestimmten Straße. Die Grundlage für diese intelligente Routenberechnung bilden anonym erhobene, historische Geschwindigkeitsprofile von mehr als zehn Milliarden gefahrenen Kilometern. Über Jahre hinweg wurden

diese Daten von Millionen von TomTom-Nutzern gesammelt, die im Vorfeld ihre Einwilligung dazu gegeben haben. Darin berücksichtigt sind all die Dinge, die die Zeit zum Erreichen eines Ziels beeinflussen wie etwa Ampeln, Kreisverkehre oder starke Steigungen. Die Datenbank mit Geschwindigkeitsprofilen hinter TomTom IQ Routes wächst täglich um eine halbe Million Messungen pro Tag. Dadurch verbessert sich die Genauigkeit der TomTom IQ Routes-Technologie hinsichtlich zeitlicher und räumlicher

Angaben permanent weiter. Autofahrer können darauf vertrauen, dass sie stets die cleverste Route vorgeschlagen bekommen, in die umfangreiche detaillierte Ortskenntnisse mit einfließen.

Der neue Fahrspurassistent macht es dem Fahrer einfacher, sich selbst an komplizierten Kreuzungen zurechtzufinden. Die realistische Darstellung von Autobahnknoten,

die eindeutige Pfeilsymbole für die richtige Fahrspur auf dem Bildschirm zeigen, gibt dem Autofahrer frühzeitig Anweisungen zur Wahl der korrekten Spur. Um dem Fahrer einen noch besseren Überblick über seine Umgebung zu verschaffen, werden fest installierte Straßenschilder ebenfalls auf dem Bildschirm dargestellt – in der gleichen Farbe wie in der Realität. Darüber hinaus präsentiert sich die TomTom GO-Serie im neuen, hochwertigen Design, mit erweiterter Kartenabdeckung und einer Vielzahl der neuesten Navigationsfunktionen, die bereits auf dem Gerät installiert sind. [www.tomtom.com](http://www.tomtom.com)

ne erlauben zudem in vielen dieser Länder dynamisierte Routenempfehlungen und somit das



Umfahren von Staus. Auf die ebenfalls im Lieferumfang enthaltene externe TMC-Antenne kann daher in gut versorgten Empfangsgebieten verzichtet werden. Der Lithium-Ionen-Akku des Gerätes sorgt im aktiven Navigationsbetrieb für bis zu fünf Stunden Laufzeit und ist somit gut gerüstet auch für längere Fahrten. Darüber hinaus lässt er sich jederzeit ganz leicht vom Anwender selbst wechseln. [www.blaupunkt.de](http://www.blaupunkt.de)

WAV, AAC, MPEG4 und DivX von CD und DVD. Angeschlossene IP-Bus-Komponenten können per Touchpanel komfortabel bedient werden, außerdem steht eine Steuerung für Bluetooth-Adapter zur Verfügung. Musik- und Videoplayer von Apple lassen sich per



### Neue Falk M-Serie integriert Millionen Reisetips der Marco Polo Reiseführer

Die neuen Geräte der Falk M-Serie „Marco Polo Edition“ enthalten bis zu 1,5 Millionen Reisetips und viele Features, die unterwegs besonders nützlich sind. Damit sind ausführliche Marco Polo Reiseführer-inhalte jetzt auch auf dem Navi abrufbar. In vielen Hunderten von Städten und Regionen Europas finden Reisende nun bis zu 1,5 Millionen POIs in Form von Sehenswürdigkeiten, Restaurants und vielen anderen Geheimtipps. Das Design der M-Serie ist schlank (15,5 Millimeter Höhe) und mit einem 3,5“-Bildschirm sehr handlich und kompakt – perfekt zum Mitnehmen. Die Version Falk M4 „Marco Polo Edition“ navigiert durch Deutschland, Österreich und die Schweiz, das M6 durch ganz Westeuropa und die M6 Special Edition hat auch die Karten von Osteuropa an Bord.

Mit den Navis der Falk M-Serie Marco Polo Edition weiß der Reisende, wo sich das Aussteigen lohnt – bis zu 1,5 Millionen POIs warten darauf, entdeckt zu werden. Die wichtigsten Sehenswürdigkeiten werden in Bild und Ton vorgestellt und haben einen bis zu 4.000 Zeichen langen Erklärungstext. „Wir haben unsere Kompetenz als Verlag für Reiseführer in die Waagschale geworfen und stellen die selbst recherchierten Insider-Tips den Nutzern der Navigationsgeräte zur Verfügung“, so Dr. Frank Mair, Geschäftsführer von Falk Marco Polo Interactive. Und noch ein Geschäftsfeld wird vernetzt – das Mobilitätsportal [www.falk.de](http://www.falk.de) bietet den Zugriff auf über fünf



Millionen POIs an; optional können einzelne POIs über den Navi-Manager auf das Gerät übertragen werden. Die neuen Navigationsgeräte der Falk M-Serie „Marco Polo Edition“ bieten darüber hinaus auch die Funktionen Währungsrechner und Übersetzungssoftware. Zur Überbrückung von Wartezeiten sind Picture Viewer, Video-Player, MP3-Player und drei Spiele (Sudoku, Galaxy, Bubble Burst) enthalten. Die Falk M-Serie „Marco Polo Edition“ ist mit neuer Software Falk Navigator 7 ausgestattet: Damit bieten auch diese günstigen Geräte bereits einen Fahrspurassistenten, Höchstgeschwindigkeitwarner, Text-to-speech und ein optimiertes Schnellzugriff-Menü. Mit der Funktion „Mein Standort“ stehen dem Nutzer die aktuellen Geo-Koordinaten zur Verfügung. Das kann zum Beispiel in Notfallsituationen hilfreich sein. Neu bei Falk Marco Polo Interactive ist außerdem, dass das Mobilitätsportal [www.falk.de](http://www.falk.de) seit März die Internetseite [www.falk.de](http://www.falk.de) in einer für Handy, BlackBerry, PDA & Co. optimierten Form anbietet. Damit sind der Falk Routenplaner, die Stadtpläne sowie über 100.000 touristische Sonderziele wie Museen, Restaurants oder Kinos direkt auf dem Handy in sechs Sprachen abrufbar. [www.falk.de](http://www.falk.de) passt dabei die Inhalte individuell für nahezu jedes internetfähige Endgerät automatisch der Bildschirmauflösung an. Die Kerndienste des Portals sind so erstmalig auch auf kleinen Handydisplays komfortabel nutzbar. [www.fm-i.de](http://www.fm-i.de)

### Pioneer

Die neuen DVD-Moniceiver von Pioneer verwandeln jedes Fahrzeug zum exklusiven Auto-Kino und Konzertsaal mit Premium-Sound: Der AVH-P5000DVD mit 7-Zoll (17,8 cm) Touchscreen passt dank motorgetriebenem Display in jeden DIN-Radio-Schacht, während der AVH-P4000DVD Medienvielfalt in alle Doppel-DIN Einbauschächte bringt. Die Tastaturbeleuchtung des AVH-P5000DVD lässt sich in zwei Farben, das Menüschema in fünf Farben einstellen. Der AVH-P4000DVD im Doppel-DIN-Format ist farblich noch flexibler: Die Anpassung an das Fahrzeug-Ambiente erfolgt über die RGB-Tastenbeleuchtung mit 112 verfügbaren Farben sowie das Menü-Schema in fünf Farben. Die komfortable Steuerung des Systems erfolgt über einen 6,1 Zoll (15,5 cm) großen Touchscreen. Die beiden neuen Pioneer Moniceiver spielen als Multimedia-Zentrale alle wichtigen Audio- und Videoformate wie MP3, WMA,

iPod-Direktsteuerung über den optionalen Pioneer-Adapter CD-1200 bequem nutzen und über den Moniceiver bedienen. Über einen AUX-Eingang an der Frontseite und eine USB-Schnittstelle auf der Rückseite lassen sich die Möglichkeiten der beiden neuen Moniceiver erweitern. [www.pioneer.de](http://www.pioneer.de)

### Tele Atlas launcht Endkunden-Plattform für Karten-Updates

Tele Atlas, Anbieter von Karten für Navigationssysteme, hat den Start einer neuen E-Commerce Website bekanntgegeben. Unter <http://navigation.teleatlas.com> können Karten-Updates für eine Reihe von Navigationsgeräten gekauft werden, und Endanwender können Änderungen für Karten mitteilen. Besucher des neuen Webshops können sich außerdem für ein Gewinnspiel registrieren und eine von vier Reisen nach Rom gewinnen.

Die neue exklusive Starlights Prämienwelt:  
Jetzt punkten und aus über 1.600 Premium-  
Prämien wählen!



Steigen Sie ein – das neue Prämienprogramm  
für alle Samsung Telecom Partner.

Jetzt mitmachen und die einmalige Auswahl erleben. Im einzigartigen Starlights Prämienprogramm warten über 1.600 hochwertige Top-Marken-Prämien auf Sie. Hier finden Sie Produkt-Highlights von Samsung und Marken wie Alessi, Emporio Armani, Braun, Bosch, Bree, Samsonite, WMF, die Sie begeistern werden. Gehen Sie einfach online auf Entdeckungsreise im Samsung Partner Portal Starlights: [Anmeldung, Infos und alle Prämien unter http://partner.samsung.de](http://partner.samsung.de)



## POS Aktuell

### Philips mit neuem Pressesprecher

Klaus Petri (46), bisher für die Kommunikation von Unterhaltungselektronik und Elektro-Hausgeräten von Philips verantwortlich, wird ab sofort Sprecher des Unternehmens für Tages- und Wirtschaftspresse. Er übernimmt damit unter anderem auch die Aufgabenfelder von Simone Fuchs (29), die das Unternehmen verlassen hat, um ihre berufliche Karriere im Bereich der Finanzkommunikation fortzusetzen. Auch in seiner neuen Funktion ist Klaus Petri stellvertretender Leiter der Unternehmenskommunikation und berichtet an Veronika Hücke (40). Zum 1. April wird Anja Schlumberger (45) als Nachfolgerin von Klaus Petri die Verantwortung für die Pressearbeit und Produkt-PR der Philips Sparte Consumer Lifestyle übernehmen.



Klaus Petri



Anja Schlumberger

[www.philips.de](http://www.philips.de)

### Neuer Retailvertrieb bei Lexmark

Christine Bollien hat die Position Vertriebsleiter Retail bei der Lexmark Deutschland GmbH übernommen. In dieser neu geschaffenen Funktion verantwortet sie deutschlandweit die Vertriebsaktivitäten im Retailbereich und berichtet an den Direktor Channel Sales, Michael Lang. Bollien war seit April 2000 in der deutschen Landesgesellschaft des Druckerherstellers zunächst als National Field Manager und als Key Account Manager für verschiedene Retailkunden verantwortlich, bevor sie die Leitung des Retailvertriebs übernommen hat.

[www.lexmark.de](http://www.lexmark.de)

### Wechsel in der Führungsetage

Jörg Ramms hat die Nachfolge von Uwe Keuchel bei Alpine Electronics als Senior Manager Marketing & Sales übernommen und leitet den Bereich After Market für Deutschland und Österreich. Ramms wird drei Kernbereiche vorwärts treiben: Die Entwicklung neuer Strategien zur Stärkung der Marktposition, die klare Positionierung zum Fachhandel und eine langfristige Positionierung des Unternehmens im Bereich Mobile Media. Mit Ramms als Senior Manager Marketing & Sales will Alpine seine Position im deutschsprachigen Raum weiter stärken. [www.alpine.de](http://www.alpine.de)



Jörg Ramms

### Hersteller verkaufen Öko-Produkte

Nachhaltigkeit, Effizienz und Energieeinsparung beeinflussen immer mehr Konsumenten in ihrer Kaufentscheidung. Laut einer aktuellen internationalen Studie von Germanwatch fordert die Mehrheit junger Konsumenten aus Europa, dass die Elektronikfirmen bei der Herstellung und Entsorgung von Unterhaltungselektronik mehr Verantwortung übernehmen sollen. Viele Konsumenten dieser Zielgruppe würden sogar höhere Preise akzeptieren, wenn sie sicher sein könnten, dass die Produkte verantwortungsvoll hergestellt wurden.

Die Hersteller von Unterhaltungselektronik reagieren auf die deutlich gestiegene Nachfrage unter anderem mit einer Vielzahl von Anmeldungen von energieeffizienten und somit ressourcenschonenden Produkten beim Plus X Award. Mit Hansecontrol, einem der modernsten Prüfinstitute Europas, verfügt der Plus X Award über eine unabhängige Kompetenz und Glaubwürdigkeit, wie man sie so beim Vergabeprozess von Ökologiesiegeln nur selten findet. Hansecontrol berät die Jury bezüglich Umweltverträglichkeit, Energie- und Rohstoffeffizienz der eingereichten Produkte. [www.plusxaward.de](http://www.plusxaward.de)



### Marketingdirektor DACH für Adobe

Die Adobe Systems GmbH hat Regina Mehler (42) zur neuen Marketingleiterin ernannt. Als Marketing Director Central and Eastern Europe verantwortet Mehler ab sofort die gesamten Marketingmaßnahmen des amerikanischen Softwareunternehmens in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie in Osteuropa und der Türkei. Ihre Vorgängerin Stephanie Schmitt ist im Zuge der Umorganisation von Adobes weltweitem Marketing in die europäische Position als Director Marketing Services EMEA gewechselt. [www.adobe.de](http://www.adobe.de)



Regina Mehler

### Handel setzt auf Energieberatung

Die Strompreisentwicklung und der Klimawandel steigern den Informations- und Beratungsbedarf der Konsumenten im Handel. Der Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT) setzt auf die Energieberatungskompetenz seiner Mitglieder und stellt mit dem BVT-Energiekostenrechner eine Einkaufshilfe für alle Elektrogeräte von der Waschmaschine bis zum Flachbildfernseher zur Verfügung. BVT-Vorsitzender Willi Klöcker: „Mit den aktuellen Preiserhöhungsrunden der Energiekonzerne werden Sparsamkeit und Umweltfreundlichkeit zu wichtigen Kaufkriterien bei Neuanschaffungen und Ersatz von elektrischen und elek-

**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](http://www.alpine.de)

tronischen Geräten. Der Fachhandel lässt die Kunden nicht alleine, sondern berät mit Effizienzvergleichen und zeigt Sparpotentiale auf. Energieberatung ist aktiver Umweltschutz und hilft dem Konsumenten Geld sparen. Dafür liefert der BVT-Energiekostenrechner die Einkaufsvorteile in Euro auf einen Blick.“ Der BVT-Energiekostenrechner steht Fachhändlern und Konsumenten



kostenfrei in drei Versionen zur Verfügung: Der Basisrechner ist universell einsetzbar, beispielsweise für Kühl- und Gefriergeräte. Eine Variante für TV-/Video-/Audio-Geräte berücksichtigt zusätzliche Kriterien wie tägliche Nutzungsdauer und unterschiedliche Verbrauchswerte im Betrieb und im Standby-Modus. Eine weitere Variante für Waschmaschinen, Spülmaschinen und Wäschetrockner berechnet die Kosten der Geräte für Durchschnittshaushalte. [www.bvt-ev.de](http://www.bvt-ev.de)

### Philips steigert Umsatz mit Öko-Produkten

Philips hat seinen Umsatz mit umweltfreundlichen Produkten im Jahr 2007 um 33% gesteigert. Die drei Sparten Healthcare, Lighting und Consumer Lifestyle konnten den Umsatz mit umweltfreundlichen Produkten im Jahr 2007 von 4 Milliarden Euro im Jahr 2006 auf 5,3 Milliarden Euro im Jahr 2007 erhöhen. Im September 2007 stellte Philips sein Eco-Vision4-Programm vor, das zum Ziel hat, den Umsatz mit umweltfreundlichen Produkten innerhalb eines Zeitraums von fünf Jahren zu verdoppeln und auf 30% des Gesamtumsatzes zu steigern. Mit einem „grünen“ Umsatzanteil von 20% am Gesamtumsatz 2007, verglichen mit 15% im Jahr 2006, ist Philips auf einem guten Weg, das angestrebte Ziel zu erreichen. Das Unternehmen bestätigte seinen Vorsprung im Bereich energieeffizienter Beleuchtung mit einer

Umsatzsteigerung von 17 Prozent. Der Umsatz mit Gesundheitsprodukten stieg um 35 Prozent und wurde durch das MRI-Scanner- und Patientenmonitor-Angebot getragen. Die Consumer Lifestyle-Sparte erntete die Früchte der im vergangenen Jahr verfolgten Politik, die Energieeffizienz der gesamten Produktpalette zu verbessern. Die umweltfreundlichen Produkte konnten mit einem Plus von 91% erheblich zulegen. [www.philips.de](http://www.philips.de)

### telering setzt IFA Partnerschaft fort

Die telering Marketing GmbH & Co. KG kooperiert auch 2008 mit der IFA und wird mit einem großen Messestand im internationalen Fachhandelszentrum präsent sein. „Durch die Erweiterung des Messe-Portfolios um das Segment Elektro-Hausgeräte ergeben sich für uns neue Geschäftsmöglichkeiten, denn die IFA bildet so alle Produktsegmente unserer Mitglieder ab“, so Franz Schnur, telering-Geschäftsführer. „Die telering Marketing GmbH & Co. KG, die den dreistufigen Vertrieb über Großhandelspartner pflegt, ist als Kooperationspartner für die IFA sehr wichtig“, so Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsrats-

terung des Messe-Portfolios um das Segment Elektro-Hausgeräte ergeben sich für uns neue Geschäftsmöglichkeiten, denn die IFA bildet so alle Produktsegmente unserer Mitglieder ab“, so Franz Schnur, telering-Geschäftsführer. „Die telering Marketing GmbH & Co. KG, die den dreistufigen Vertrieb über Großhandelspartner pflegt, ist als Kooperationspartner für die IFA sehr wichtig“, so Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsrats-

vorsitzender der gfu. „Dies zeigt, dass die IFA bei den Fachhändlern einen hohen Stellenwert und einen großen Zuspruch genießt.“ „Wir gehen davon aus, dass die Großhandelshäuser mit eigenen Aktivitäten in diesem Jahr noch mehr Fachhändler für den IFA-Besuch motivieren“, so Franz Schnur. [www.telering.de](http://www.telering.de)

### TrekStor kooperiert mit MyMusic.de

TrekStor, Hersteller von MP3-Playern, externen Festplatten und USB-Sticks, ist ab sofort offizieller Kooperationspartner des neuen Musikportals MyMusic.de. Es ist jetzt unter dem Motto „Music makes friends“ gestartet. MyMusic.de ist ein all-in-one Musikportal, das neben Networking über alle möglichen Musikgenres hinweg auch die Erstellung einer eigenen Profilseite anbietet. Jeder, der Musik liebt oder selbst Musik macht, kann sich bei MyMusic.de eine eigene Homepage einrichten und der MyMusic-Community vorstellen. Hier können Anwender eigene Informationen wie eigene Fotos, Videos, Songs oder ganze Alben von sich beziehungsweise von ihren Performances hochladen. Bands oder Dance Groups können ihre eigenen Profile anlegen und jedes einzelne Mitglied individuell präsentieren. [www.mymusic.de](http://www.mymusic.de)

### Merian scout Navigator bei aetka

aetka ist im TK-Bereich ab sofort exklusiver Vertriebspartner für den elektronischen Reisebegleiter Merian scout Navigator – die neue Generation von Navigationsgeräten. Das System verbindet die Navigationsfunktion mit Reiseinformationen und kann auch zu Stadtspaziergängen mitgenommen werden. aetka-Partner, die den Merian scout Navigator in ihr Sortiment aufnehmen, schärfen ihr Beratungsprofil.

Ein Alleinstellungsmerkmal des Merian-Systems sind die Drive-by-Audio-Guides. Der intelligente Reisebegleiter identifiziert per GPS die Sehenswürdigkeiten im Umkreis des aktuellen Standortes. Das handliche Gerät beschreibt 30.000 Sehenswürdigkeiten, Hotels, Restaurants und vieles mehr. Die detaillierten Beschreibungen mit Fotos werden von spannenden Audiobeiträgen zu den Sehenswürdigkeiten ergänzt. Am Reiseziel liefert der Travel-Assistent Tipps zum Übernachten, Essen und Trinken, Ausgehen oder auch zum Shoppen. Diese vielfältigen Informationen stammen aus der Merian-Redaktion und aus der Redaktion der Gourmetzeitschrift „Der Feinschmecker“. In der Grundausstattung des Merian scout Navigators zum Preis von 779 Euro inklusive Mehrwertsteuer sind der Multimedia-Reisebegleiter für Deutschland und das Navigationskartenmaterial für ganz Europa vorinstalliert. Ab Frühjahr 2008 sind auch digitale Reiseinformationen für europäische Ziele wie Paris, Rom oder die Toskana erhältlich.

Das Gerät kann auch zu Spaziergängen mitgenommen werden. Im Lieferumfang sind neben dem Netz- und dem Autoladekabel sowohl eine Fahrzeughalterung als auch ein Umhängeband sowie ein Stereokopfhörer enthalten. Der wiederaufladbare Lithium-Ionen-Akku arbeitet vier Stunden lang netzunabhängig.

Da das Merian-System beratungssintensiv ist, erfolgt der Vertrieb über den qualifizierten Fachhandel. aetka vermarktet den Merian scout Navigator über seine rund 150 Partner. Durch eine aktive Herstellerwerbung kann sich der Fachhändler neue Kundengruppen erschließen. Die aetka-Partner werden auf der Merian-Website als Händler für den elektronischen Reisebegleiter genannt. Das Startpaket umfasst ein attraktives Stand-Display, fünf Geräte sowie eine Schulung vor Ort. An dem Produkt-Präsentator können Kunden die vielen Funktionen des Merian scout Navigators kennenlernen. Voraussetzung für die Teilnahme an dieser exklusiven Vertriebskooperation ist, dass das Ladengeschäft der Fachhändler von außen als aetka-Shop erkennbar ist. [www.aetka.de](http://www.aetka.de)





Perfect  
Pixel   
HD ENGINE

## Einfachheit bedeutet, mit jedem Pixel einen Preis zu gewinnen.

Der **Philips HD-Flat TV** mit Perfect Pixel HD Engine und Ambilight bietet das ultimative High Definition Fernseherlebnis. Die European Imaging & Sound Association (EISA), eine unabhängige Expertenkommission, stellt fest, dass „Philips die Standards für LCD-Fernseher auf ein neues Niveau angehoben“ hat. Die innovative Perfect Pixel HD Engine von Philips optimiert jedes einzelne Pixel für exzellente Schärfe, absolute Detailtreue, lebendige Farben und weiche, natürliche Bewegungen. Jedes einzelne preisgekrönte Pixel macht diesen Fernseher zu Europas bestem Full HD LCD-Fernseher 2007-2008. Erleben Sie diese ausgezeichnete Bildqualität besonders wirkungsvoll auf unseren großen Philips Flat TV-Bildschirmen!

[www.philips.de](http://www.philips.de)

**PHILIPS**  
sense and simplicity

# Vodafone auf der CeBIT 2008

**Auf der Vodafone-Pressekonferenz zur CeBIT 2008 stellte Friedrich Jousen, Deutschlandchef von Vodafone, die Wachstumsstrategie des Unternehmens vor. Im Zentrum stand dabei die Ausrichtung des Unternehmens auf den Kunden. „Wir wollen alle Vodafone-Kunden zu Fans machen“, meinte Jousen.**

Die Wachstumsstrategie des Unternehmens ruhe auf drei Elementen: breitbandiges Netz, nah am Kunden sein und intuitiv zu bedienende Produkte anzubieten. „Die Bereitschaft unserer Kunden,



Friedrich Jousen

Vodafone weiterzuempfehlen, ist eine entscheidende Grundlage für weiteres Wachstum“, sagte Jousen. Dieses soll gleichermaßen weltweit, in Europa und in Deutschland erzielt werden.

Trotz hoher Handy-Penetration von 118 Prozent in Deutschland wachse die Zahl der aktiven Mobilfunkgeräte weiterhin. Mit Breitband-Internet über DSL sei nur jeder zweite Haushalt erschlossen. Noch größeres Potential gebe es beim mobilen Internet. In diesem und im vergangenen Jahr wurden bzw. werden mehr als zehn Millionen Notebooks verkauft, aber noch nicht einmal zwanzig Prozent davon seien mobil mit dem Internet über UMTS verbunden. Und rund 33 Millionen Deutsche seien aktive E-Mail-Nutzer, aber gerade einmal ein Zehntel davon lese E-Mails auf dem Handy.

Beim Breitband gibt es schon eine sehr gute Versorgung von mehr als achtzig Prozent der Bevölkerung mit HSDPA mit 3,6 MBit/s und in über 350 Hotspots sogar mit bis zu 7,2 MBit/s. Auf der CeBIT demonstrierte Vodafone

darüber hinaus die nächsten Schritte beim mobilen Breitband mit Geschwindigkeiten bis zu 28,8 MBit/s.

Um nah am Kunden zu sein, sind ein neues Shopkonzept und eine verbesserte Shop-Präsenz geplant. Außerdem sollen alle Mitarbeiter in den Shops wie auch in der telefonischen Beratung mit mehr Entscheidungskompetenzen ausgestattet werden. „Wir wollen unsere Kunden zu Fans machen. Für uns ist es wichtig, dass wir unsere Kunden so gut bedienen, dass sie Vodafone weiterempfeh-



Mit der VodafoneConnect Card kommen Notebook-Nutzer schnell mobil ins Internet.



Große Wachstumsperspektiven sieht Vodafone auch beim Thema DSL.

len. Das ist der Gradmesser für den Erfolg unseres Unternehmens“, so Jousen.

Das dritte Element der Strategie: Alle Produkte müssen intuitiv zu bedienen sein. „Der Kunde sollte seine Gewohnheiten so wenig ändern müssen wie möglich. Wir wollen ihn mit unseren Produkten dort abholen, wo der Kunde ist“, sagte Jousen. So sei beispielsweise die neue 1-Klick-Aktivierung für E-Mail auf dem Handy ganz einfach und intuitiv ausge-

staltet. Ein weiteres Beispiel: Statt einer textbasierten Suchmaschine stellt Vodafone eine bildbasierte Suchmaschine vor: Foto mit dem Handy aufnehmen, Foto verschicken und innerhalb kurzer Zeit bekommt der Nutzer mehr Informationen über das Produkt, den Zeitungsartikel, die Musik-CD oder die Sehenswürdigkeit auf das Handy geschickt. „Wir entwickeln Innovationen, die begeistern. Innovation wird so zur Inspiration“, so Jousen.

# T-Mobile auf der CeBIT 2008

**Mit attraktiven Angeboten und Diensten, innovativen Geräten und zukunftsweisender Netztechnik hat sich T-Mobile auf der CeBIT 2008 präsentiert. Fokusthemen auf dem Stand in Halle 26 waren günstige Flatrates für die Telefonie und das mobile Surfen sowie die neue „Good-Better-Best“-Systematik der Tarife und Optionen. Darüber hinaus zeigte T-Mobile neue Mobiltelefone mit herausragenden Ausstattungsmerkmalen. Erstmals in Deutschland wurde auch ein NGMN (Next Generation Mobile Network) Showcase demonstriert.**

„Das Mobilfunk-Jahr 2008 steht im Zeichen der Flatrates – und T-Mobile setzt Zeichen beim mobilen Telefonieren, Surfen und Mailen ohne Limit“, sagte Philipp Humm, Sprecher der Geschäftsführung und Geschäftsführer Vertrieb bei T-Mobile Deutschland. „Wir machen mit unserer neuen ‚Good-Better-Best‘-Logik unsere Angebote noch transparenter und übersichtlicher. Ob Privat- oder Geschäftskunde, ob Viel- oder Wenigtelefonierer, Mail- oder Internetfan, jeder findet auf Anhieb den für ihn passenden Tarif.“

Flatrate-Offensive plus klare Preislogik – das Flatrate-Trio Max S, Max M und Max L soll für beides stehen: Das neue Tarifangebot reicht von der Einsteiger-Flatrate bis zur Full-Flat, die für alle

Inlandsnetze gilt. Dazu kommen günstige Flatrates für junge Leute und – als CombiCard – für Familienmitglieder. Auch bei Prepaid



Mit den neuen Daten-Flatrates soll das Surfen im T-Mobile Netz besonders viel Spaß machen.

gibt es jetzt bei T-Mobile Flatrategünstige Verbindungen, zum Beispiel mit der Event-Flat. Für das mobile Internetsurfen stellt T-Mobile Flatrate-Optionen zur Verfügung, je nach Vertrag für weniger als zehn Euro pro Monat zusätzlich. Zudem bietet T-Mobile für den mobilen Internetzugang per Notebook die Flatrate web'n'walk L an und für Gelegenheitsnutzer eine Tagesflat. Diese Tagesflat ist auch als Prepaid-Angebot verfügbar. Mit den Inklusivpaketen Mobile E-Mail und Mobile E-Mail Pro rundet T-Mobile das Flat-Portfolio ab.

Den Community-Service MyFaves nutzen laut T-Mobile mittlerweile bereits über 150.000 Kunden in Deutschland. Auch diesen Dienst wird T-Mobile in Kürze entsprechend der „Good-Better-Best“-Systematik ausbauen. Daneben erhöht T-Mobile in großen Schritten die Zahl der für den Dienst verfügbaren Handys.

Auf Erfolgskurs ist T-Mobile nach eigenen Angaben auch mit dem Internetservice web'n'walk, den inzwischen über 2,1 Millionen Kunden gebucht haben. Die soeben vereinbarte Kooperation



Ab Juni bietet T-Mobile seinen Kunden exklusiv das Nokia 6650 an. Das Gerät unterstützt Services wie web'n'walk, Mobile Jukebox, Mobile TV und NaviGate optimal.

mit Yahoo! wird ab April für weiteren Komfort bei der Nutzung von web'n'walk sorgen.

Exklusiv für T-Mobile Kunden ist ab Juni das Nokia 6650 erhältlich. Modern im Design und umfassend mit moderner Technik ausgestattet, unterstützt es Services wie web'n'walk, Mobile Jukebox, MobileTV und NaviGate optimal. Ein weiteres HSDPA-fähiges Handy ist der MDA compact IV mit Autofokus-Kamera und einem besonders großen Touch-Display. Daneben bieten auch andere Handy-Neuheiten HSDPA, Kame-

ras für hochauflösende Fotos und hochwertige Musicplayer.

Mit HSDPA beschleunigt T-Mobile derzeit das mobile Internet auf bis zu 7,2 Mbit/s im Downlink. HSUPA sorgt aktuell für Uplink-Bandbreiten von bis zu 1,4 Mbit/s. Die Möglichkeiten der mobilen Datenübertragung sind damit aber noch nicht ausgeschöpft. Auf der CeBIT zeigte T-Mobile als erster Mobilfunkanbieter LTE Technology live. Gemeinsam mit Ericsson demonstrierte man, dass LTE (Long Term Evolution) ein vielfach rasanteres Tempo ermöglicht.



### Navi Mats 70 E mit 7"-Monitor jetzt im Matsunichi Sortiment

Matsunichi GPS Mats 70 E heißt ein neues Navigationsgerät, das mit seinem 7"-Monitor besonders gute Lesbarkeit verspricht. Auf fast 18 Zentimetern erwarten den Nutzer exzellente Darstellung und Detailtreue, während der Touchscreen eine ausgezeichnete Bedienbarkeit gewährleistet. Auch in der Videofunktion macht das Gerät mehr Spaß als Geräte mit kleineren Bildschirmen. Als Reisebegleiter vereint der Mats 70 E modernste Navi-



gationstechnologie (SIRF-III GPS-Chipsatz, Cydle, basierend auf Nav N Go mit aktuellsten Tele Atlas-Karten) mit umfangreichen Multimedia-Funktionen. Das Gerät ist sofort betriebsbereit und führt sicher zum Ziel. Automatische Tag-/Nachtschaltung, Musik während der Navigation hören (Multitasking) und Navigation via GPS Koordinaten runden die Navigationsfeatures ab. Will man den Mats 70 E nicht als Navigationssystem einsetzen, bietet er verschiedene multimediale Möglichkeiten. Dazu gehört die Fähigkeit, Videos und Musik nahezu aller gängigen Formate via USB-Anschluss oder SD-Karte abzuspielen. Dies ermöglicht mobiles Filmvergnügen, zum Beispiel an der Raststätte, im Zug, während einer Pause oder unterwegs. Der integrierte AV-Eingang ermöglicht den Anschluss externer Geräte wie zum Beispiel

einer Rückfahrkamera, eines DVD Players oder eines DVB-T Receivers. Im Lieferumfang sind neben dem Mats 70 E ein Autoladegerät, eine Frontscheibenhalterung, eine 2 GB High Speed SD-Speicherkarte, ein USB-Kabel, ein AV-Kabel, eine Fernbedienung, eine Bedienungsanleitung und eine DVD mit der Software sowie aktuellem Kartenmaterial enthalten. Zu haben ist das Gerät von der New-Tech-Products Handels GmbH, Haslacher Weg 95, 89075 Ulm, Telefon 0731-159 399-7.

[www.new-tech-products.com](http://www.new-tech-products.com)

### Navteq stellt neue Karten für Thailand und Neuseeland vor

Navteq hat die erste Kartenversion für Neuseeland mit einer Abdeckung von 100 Prozent sowie die Ausweitung des Kartenmaterials für Thailand. „Der asiatisch-pazifische Raum ist eine der am schnellsten wachsenden Regionen mit einem großen Wachstumspotential in allen Produktsegmenten. Der Trend für die nächsten vier Jahre weist auf deutlichen Zuwachs im Smartphone- und PND-Markt hin. Auch das Wachstum bei der Fahrzeugnavigation soll auf 50 Prozent steigen“, erklärte Rich Shuman, Senior Vice President, Asia Pacific Sales bei Navteq. „Die Ausweitung unseres Kartenmaterials und die Erschließung in dieser Region unterstützen sowohl die Geschäftspläne unserer Kunden als auch die Position von Navteq als führender Anbieter digitaler Kartendaten für Fahrzeugnavigation und ortsbezogene Lösungen.“ „Detailed Coverage“, der detaillierte und verifizierte Standard von Navteq,

ist erhältlich für etwa die Hälfte der neuseeländischen Bevölkerung für die Städte Auckland, Wellington und Christchurch. Navteq-Geoanalysten pflegen und verbessern das Kartenmaterial kontinuierlich.

In Verbindung mit der Straßennetzabdeckung von Neuseeland beinhaltet das Kartenmaterial auch eine Vielzahl an Features wie Points of Interests (POI). Etwa 74 Kategorien ermöglichen dem Benutzer die Navigation zum Fahrziel mit Hilfe der Adresse oder durch die Auswahl von POIs. Auch das Kartenmaterial von Thailand umfasst Point of Interests, die hier in 52 Kategorien aufgeteilt sind. Das erweiterte Navteq-Kartenmaterial für den asiatisch-pazifischen Raum umfasst: Australien, Brunei, China, Indien, Malaysia, Neuseeland, Singapur, Südkorea, Taiwan und Thailand.

[www.navteq.com](http://www.navteq.com)

**Strada**

**ZIELSICHER ANKOMMEN**

**Panasonic**  
ideas for life

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

[www.panasonic.de](http://www.panasonic.de)

### GfK-Studie sieht tragbare Navis auf Erfolgskurs

Fast jeder zehnte Haushalt in Deutschland hat 2007 ein tragbares Navigationsgerät gekauft. Mit rund 3,6 Millionen verkauften Geräten wuchs der Markt um etwa 80 Prozent gegenüber

dem Vorjahr. In Westeuropa lag der Gesamtabsatz 2007 bei 14,4 Millionen Geräten. Für 2008 erwartet die GfK einen weiteren Anstieg der Nachfrage bedingt durch einen nochmaligen Preisrutsch der Geräte. Das sind die wichtigsten Ergebnisse der GfK Marketing Services Deutschland, die den Abverkauf tragbarer Navigationsgeräte in 19 Ländern West- und Osteuropas ermittelt hat.

In Deutschland gingen im vergangenen Jahr 3,6 Millionen tragbare Navigationsgeräte über den Ladentisch – damit hat sich Deutschland als der stärkste Markt Europas behauptet. Gegenüber 2006 wuchs die Nachfrage um etwa 1,53 Millionen Geräte oder 74 Prozent. Auch der Umsatz, der mit PNDs im deutschen Handel getätigt wurde, nahm deutlich zu. Er wuchs um rund 41 Prozent auf etwa 990 Millionen Euro. Der Preisverfall war eine typische Begleiterscheinung des Wachstums. Gleichzeitig wirkte er sich auch stimulierend auf die Nachfrage aus. Noch im Januar 2007 lag der Durchschnittspreis der Geräte bei 330 Euro, während im Weihnachtsgeschäft des letzten Jahres deutsche Konsumenten im Durchschnitt lediglich 230 Euro in die Anschaffung eines PNDs investierten.

Große Zuwächse beobachtete die GfK bei der Nachfrage nach Geräten mit guter technischer Ausstattung. Speziell gefragt sind Geräte mit größerem Display im

16:9-Format, wodurch die Ablesbarkeit beim Fahrzeugeinsatz deutlich verbessert wird. Im deutschen Markt besaß im Dezember 2007 jedes dritte verkaufte PND ein großes Display, während im Vorjahr lediglich jedes fünfte Gerät damit ausgestattet war. Im deutschen Markt stieg zusätzlich der Anteil der Geräte, die mittels eines TMC-Empfängers aktuelle Verkehrsdaten in die Navigation einfließen lassen, von 26 auf 36 Prozent. Hier liegt Deutschland klar vor den europäischen Nachbarn.

Stark unterschiedliche Bedürfnisse gibt es beim Kartenmaterial. Während in der Schweiz und in Belgien 90 Prozent aller verkauften PNDs Karten für ganz West- und zum Teil sogar Osteuropa mit an Bord haben, sind in Großbritannien und Spanien zu über 70 Prozent nur regionale Karten installiert. Ein deutliches Indiz, dass ein Zweck der Anschaffung von PNDs in der urlaubsbedingten Auslandsreise liegen dürfte.

In einer Studie befragte die GfK deutsche Konsumenten auch nach den für sie wichtigsten Kriterien bei der Kaufentscheidung: Demnach sind die Verlässlichkeit der Routenführung, die von 25 Prozent der Befragten als wichtigstes Kriterium genannt wurde,

### Garmin stellt neues Kartenmaterial vor

Garmin hat das neue 2008er-Kartenmaterial für die Navigationsgeräte der Produktreihen nüvi, zumo und StreetPilot vorgestellt. Für 79,99 Euro (UVP) können Kunden des Fachhandels eine Update-DVD mit der neusten Europa-Version des mit dem Gerät erworbenen Kartenmaterials erhalten. Dieses kann dann via USB-Verbindung vom PC direkt auf das Navigationsgerät oder eine optionale Speicherkarte übertragen werden. Ein langwieriger Download der Kartendaten entfällt – lediglich zur Freischaltung ist eine kurze Online-Verbindung erforderlich. Als besonderen Service bietet Garmin allen Kunden, die seit dem 1. Dezember 2007 ein Garmin nüvi, zumo oder StreetPilot mit Kartenmaterial der Versionen V8 oder V9 erworben haben, ein kostenloses Update auf die neueste Kartenversion an. Dazu genügt es, sich unter [www.mygarmin.com](http://www.mygarmin.com) für den kostenlosen Update-Prozess zu registrieren, und in Kürze liegt die DVD mit den Aktualisierungen im Briefkasten. Diese Update-Aktion ist bis zum 31. Mai 2008 befristet. Wer darüber hinaus sein Navi mit zusätzlichen Länderkarten erweitern will, dem kann der Fachhandel ab sofort Garmin-SD-Karten für 39 Euro mit Regionalkarten (Benelux, Skandinavien, Osteuropa und mehr) oder Kartenmaterial für 33 Länder West- und Osteuropas für 99 Euro anbieten.

[www.garmin.de](http://www.garmin.de)

sowie der Preis (19 Prozent), das Preis-/Leistungs-Verhältnis (17 Prozent), die Bedienungsfreundlichkeit (elf Prozent) und gute Testergebnisse des Gerätes (sieben Prozent) am bedeutendsten bei der Kaufentscheidung.

Offenbar hat es sich inzwischen in allen Altersgruppen herumgesprochen, dass Navigationsgeräte Autofahrern auf Reisen helfen können, Stress zu vermeiden. Aus repräsentativ durchgeführten Haushaltsstudien geht hervor, dass mit 43 Prozent Anteil die Gruppe der 40- bis 60jährigen die größte Gruppe der PND-Käufer in Deutschland darstellt, während die unter 30jährigen mit 32 Prozent Anteil die zweitstärkste Gruppe bilden. Immerhin gut 25 Prozent aller deutschen Privatkäufer von Navigationsgeräten sind über 60 Jahre alt. Demzufolge sind PNDs keine aktuell nur unter trendbewussten jungen Leuten angesagte Produktgruppe.

Für 2008 sagt die GfK für den deutschen Markt einen nochmaligen Anstieg der Verkaufsstückzahlen auf 4,8 Millionen Geräte voraus, für Westeuropa ein Volumen von rund 20 Millionen Geräten (plus 36 Prozent gegenüber 2007). [www.gfk.de](http://www.gfk.de)

### Marktanalyse sagt Wachstum der Navigationssysteme in Handys voraus

Der weltweite Umsatz mit Navigationssystemen soll bis zum Jahr 2014 um 70 Prozent auf 33 Milliarden US-Dollar steigen (2007: 19,4 Milliarden), während sich der Absatz von 55,5 Millionen Geräten auf 186,3 Millionen mehr als verdreifacht. Wie der Marktanalyst Strategy Analytics in seinen aktuellen „Consolidated Automotive and Portable Navigation Market Forecasts 2005-2014“ darstellt, treiben dabei vor allem die Handys den Markt: Während im Jahr 2007 in Europa nur etwa sieben Prozent der Handys GPS-fähig waren, soll bis zum Jahr 2012 deutlich mehr als jedes dritte Handy in Europa navigieren können (38 Prozent). In den USA sollen bis 2014 mehr als 82 Prozent der Handys GPS-fähig sein (2007: 46 Prozent). Allerdings seien die meisten GPS-Lösungen auf den Handys nicht kommerziell, so Strategy Analytics. Deshalb bleibt das Umsatzwachstum deutlich hinter dem Absatzwachstum zurück.

Der Anteil von Handy-Navigation am weltweiten Gesamtmarkt wird nach Aussagen des Analysten von 26,3 Prozent in 2007 auf 40,4 Prozent in 2014 steigen.

Der Anteil von PNDs (Portable Navigation Device) geht dem gegenüber von 48,3 Prozent auf 45,3 Prozent zurück. Ebenso rückläufig sind PDA-Lösungen (2,5 Prozent in 2014 gegenüber 6,1 Prozent in 2007) und integrierte Navigationssysteme (11,9 Prozent in 2014 gegenüber 19 Prozent in 2007).

Für den europäischen Markt rechnet der Marktanalyst allerdings mit einer Verdreifachung des Absatzes integrierter Navigationssysteme von 2,8 Millionen Systemen in 2007 auf 7,6 Millionen im Jahr 2014. Damit würden 27 Prozent aller Neufahrzeuge mit einem Navigationssystem ausgerüstet sein. Im Jahr 2007 waren es noch elf Prozent. Die integrierten Navigationssysteme werden nach Ansicht von Strategy Analytics in Europa eine Marktbelebung durch die Einführung des Notrufsystems „eCall“ im Jahr 2010 erfahren, das ab 2011 Vorschrift werden soll. Zudem erwartet der Analyst eine Reihe günstiger Einbausysteme in diesem und dem nächsten Jahr.

Die Marktstudie kann unter [www.strategyanalytics.com](http://www.strategyanalytics.com) bestellt werden.

# T-Home auf der CeBIT

**Die Präsentation der Endgeräte von T-Home auf der CeBIT 2008 hat ganz im Zeichen der drahtlosen Vernetzung gestanden. In Hannover zeigte das Unternehmen kabellose Endgeräte, die dem Nutzer mehr Komfort und Freiheit bieten und das Heim- und Firmennetzwerk schnurlos verbinden. Die Produkte zeichnen sich sowohl durch ihre technischen Merkmale als auch durch attraktives Design aus.**

• Speedport W 920V: Der neue Speedport W 920V bietet Übertragungsgeschwindigkeiten von bis zu 300 Mbit/s und richtet sich damit an alle, die die Entertainment-Angebote von T-Home zu Hause oder das Gerät in ihrem kleinen Firmennetzwerk nutzen möchten. Sicherheit im Funknetz wird beim Speedport W 920V durch moderne Verschlüsselungsverfahren gewährleistet, und ein USB 2.0 Host-Anschluss für Drucker oder Massenspeicher sowie

zahlreiche Anschlussmöglichkeiten (TAE-Buchsen, S<sub>0</sub>-Anschluss und eine integrierte DECT-Basisstation) bringen Komfort. Passend dazu bietet T-Home mit dem Sinus 300i Pack und dem 500i Pack elegante Schnurlostelefone, die sich über die DECT-Schnittstelle des Routers anmelden lassen.

• Speedport W 721V: Ein kabelloses Heimnetzwerk mit Geschwindigkeiten von bis zu 54 Mbit/s lässt sich mit dem Speedport

W 721V einrichten. Die Verbindung kommt über effiziente Verschlüsselungsverfahren wie WPA und WPA2 sicher zustande. Über die TAE-Buchsen können zwei analoge Telefone angeschlossen werden. Trotz zahlreicher Funktionen steht die einfache Bedienung des Geräts im Vordergrund und macht Einrichtung und Bedienung auch für Technik-Laien mühelos. So wird der Speedport beispielsweise bequem über den Web-Browser konfiguriert.

• Speedport W 502V: An Kunden, die flexibel und kostengünstig in die schnelle Internetkommunikation einsteigen möchten, wendet



sich T-Home mit dem Speedport W 502V. Im modernen Design gestaltet, kombiniert der Router Highspeed-Surfen und Telefonieren im Festnetz oder Internet-Telefonie. Das vielseitige Gerät ist

## Arcor gewinnt 1&1 als Wholesale-Partner

Arcor wird künftig auf Wholesale-Basis DSL-Anschlüsse an die 1&1 Internet AG liefern. Darauf haben sich beide Unternehmen geeinigt. „Wir freuen uns, mit 1&1 einen weiteren großen Partner für unser Wholesale-Geschäft gefunden und von unserer Leistungsfähigkeit überzeugt zu haben“, betonte Harald Stöber, Vorstandsvorsitzender der Arcor AG & Co. KG. Nach Vodafone Deutschland ist die 1&1 Internet AG der zweite große Wholesale-Partner von Arcor. 1&1, einer der führenden Internet-Provider in Deutschland, wird breitbandige Internetzugänge von Arcor unter der eigenen Marke verkaufen. Neben dem Privat- und Geschäftskundensegment ist Wholesale die dritte Säule des Arcor-Geschäfts. Der Eschborner Festnetzbetreiber will mit Wholesale, also dem Weiterverkauf von DSL-Anschlüssen an andere Wettbewerber, seinen DSL-Marktanteil von derzeit gut 13 Prozent weiter stark ausbauen. Als stärkster Infrastruktur-Wettbewerber der Telekom im deutschen Festnetz

hat Arcor rund 800 Ortnetze erschlossen und kann damit zwei von drei deutschen Haushalten DSL-Anschlüsse über das eigene Netz anbieten.

## Arcor senkt Preise fürs Telefonieren

Mit Arcor-Call-by-Call telefonieren Kunden ab sofort zu neuen Tarifen. Ortsgespräche sowie Ferntelefonate über die Vorwahl 01070 kosten künftig samstags und sonntags rund um die Uhr nur noch 0,89 Cent pro Gesprächsminute. Ab sofort telefoniert man mit Arcor-Call-by-Call auch werktags in den Abendstunden zwischen 21 Uhr und Mitternacht günstiger als bisher. Ortsgespräche und Ferntelefonate kosten in diesem Zeitfenster einheitlich 0,98 Cent pro Minute, statt wie bisher 1,45 Cent. Um Arcor-Call-by-Call zu nutzen, muss bei Ferngesprächen die 01070 vor der Ortsvorwahl gewählt werden, bei Ortsgesprächen wird diese Nummer direkt vor die Rufnummer gesetzt. Arcor-Call-by-Call benötigt keine Anmeldung oder Registrierung und wird im Minutentakt abgerechnet.

## 1&1 stellt MediaCenter für alle DSL-Benutzer vor

1&1 hat auf der CeBIT ein neues MediaCenter vorgestellt. Damit kann jeder Nutzer Entertainmentangebote über seine DSL-Leitung beziehen, unabhängig davon, mit welchem DSL-Provider er einen Vertrag abgeschlossen hat. Einzige Voraussetzung ist ein DSL-Anschluss ab 1.000er-Bandbreite. In Kombination mit den 1&1 DSL-Paketen ist das 1&1 MediaCenter allerdings zum Vorzugspreis zu haben.

Mit der neuen 1&1 MediaCenter-Box lassen sich Internet-Entertainment sowie persönliche Medien bequem ins heimische Wohnzimmer holen. Beliebige Fernseher und HiFi-Anlagen werden über mitgelieferte Kabel mit der kompakten Box verbunden. Die Verbindung zu Internet und PC erfolgt per LAN oder drahtlos über WLAN.

Erstmals integriert 1&1 damit eine Multi-Media-Lösung für das Wohnzimmer Online-Content sowie eigene Inhalte zu einem massenmarkt-tauglichen Preis. Das neue Entertainmentprodukt 1&1 MediaCenter bringt ein riesiges und stetig wachsendes Inhalte-Angebot mit. Die Auswahl der Wunsch-Programme erfolgt über die Fernbedienung. Ein übersichtliches Menü erlaubt den schnellen Zugriff auf Internet-Inhalte wie Videos, aktuelle Nachrichten, Songs, Audio- und Video-Podcasts sowie private Fotos und Videos vom PC oder auch die eigene MP3-Sammlung.

Die Highlights sind Deutschlands größte Online-Videothek maxdome mit bereits über 10.000 Titeln und Jamba Music mit über 1,5 Millionen Songs. Jedem MediaCenter-Nutzer, der sich registriert, spendiert 1&1 zum Einstieg mit Video-Flat das Premium-Paket von maxdome sowie die Musik-Flatrate von Jamba für drei Monate kostenfrei. In diesem Zeitraum können rund 10.000 Videos und über 1,5 Millionen Songs jederzeit kostenfrei angesehen und gehört werden. Danach stehen über 100 maxdome-Videos und bei Jamba 125 Songs dauerhaft zur Verfügung. Einzelvideos gibt es bei maxdome ohne Abo-Bindung ab 0,49 Euro. Einzelne Lieder kosten bei Jamba ab 0,79 Euro. Alternativ dazu gibt es eine Music Flatrate für 9,99 Euro monatlich.

Erstmals möglich macht 1&1 MediaCenter am Fernseher eine Sieben-Tage-Rückschau der ZDF Mediathek, die sich bisher ausschließlich am PC anschauen ließ. Das Angebot umfasst mit heute, heute-journal, Mittagsmagazin, Morgenmagazin, Frontal21, auslandsjournal, WISO u. a. beinahe das gesamte ZDF-Informationsprogramm. Zudem sind die Talkshows von Maybrit Illner und Johannes B. Kerner, aber auch „Das aktuelle Sportstudio“, „Kommissar Stolberg“ und die Telenovela „Wege zum Glück“ dabei. Alle Videos stehen nach Wochentagen sortiert zur Verfügung. Auch News und Services von Deutschlands führendem Nachrichtensender N24 können als kostenlose Videostreams genutzt werden.

Für eine sinnvolle Einbindung von Web-Radio ins MediaCenter konnte mit phonostar ein Partner gewonnen werden, der die Nutzung von Web-Radio komfortabel macht. phonostar bietet nicht nur Zugriff auf über 4.000 Radiostationen, sondern sorgt auch durch entsprechende Such- und Ordnungskriterien für Orientierung im sehr großen Angebot nationaler und internationaler Radiosender. Eine umfangreiche Auswahl an User-Generated-Content steht mit MyVideo zur Verfügung – auch hierfür fehlte bislang eine Ausgabemöglichkeit auf dem Fernseher.

Jenseits von Internet-Content können beim Nutzer bereits vorhandene eigene Dateien – Musikstücke, Fotos, Videos – über LAN oder WLAN mit dem 1&1 MediaCenter abgespielt werden. Dazu können die Inhalte entweder auf dem eigenen PC oder aber auf einer externen Festplatte bzw. einem USB-Stick gespeichert sein, die sich per USB 2.0 Anschluss direkt an die MediaCenter Box anschließen lassen. Auf dem PC oder Speichermedien gelagerte Dateien, beispielsweise MP3s, werden automatisch in übersichtlichen Inhaltslisten des 1&1 MediaCenters angezeigt. Sogar Playlisten können aus persönlichen Favoriten am PC zusammengestellt und dann komfortabel per 1&1 MediaCenter über die Stereoanlage wiedergegeben werden.



Neben Internet-Content können beim Nutzer bereits vorhandene eigene Dateien – Musikstücke, Fotos, Videos – über LAN oder WLAN mit dem 1&1 MediaCenter abgespielt werden.

sowohl für den Standard-Telefonanschluss als auch für ISDN ausgelegt. Zur bequemen Nutzung trägt auch bei, dass sich die Software automatisch nach der ersten Inbetriebnahme aktualisiert und sofort die aktuellste Firmware zur Verfügung steht.

• Speedport W 101 Stick/Speedport W 101 Card: Mit dem Speedport W 101 Stick und der Speedport W 101 Card kann der Kunde ganz mobil das Highspeed-Internet nutzen, egal ob von unterwegs – zum Beispiel am HotSpot von T-Home und T-Mobile – oder beweglich zu Hause in jedem

• Speedport W 100 Bridge: Zur schnurlosen Vernetzung zwischen DSL-Router und dem Media Receiver von T-Home kommt die Speedport W 100 Bridge zum Einsatz. Eine zusätzliche Verbindung zwischen dem DSL-Router und dem Media Receiver per Netzwerkkabel für Breitband-TV entfällt. Das Zusatzgerät ist sofort einsetzbar, alle Einstellungen sind bereits konfiguriert. Zum Lieferumfang gehören neben den zwei leistungsfähigen WLAN-Adaptoren auch die notwendigen Stecker-Netzgeräte und Netzwerkkabel, die ohne weitere Programmierung sofort einsetzbar sind.

## T-Home „Meine Dienste“ in neuem Look and Feel

Außerdem präsentierte T-Home den Service „Meine Dienste“ in neuem Look & Feel: Die personalisierbare „Meine Dienste“-Box zeigt sich jetzt in einem freundlicheren Design, die Nutzung ist noch komfortabler als zuvor. So erscheint der Service nun auf allen Seiten des T-Online Portals, nicht mehr nur auf der Startseite. Dazu wurden der Routenplaner und die SMS-Funktion optimiert. Beide Module sind jetzt automatisch mit dem persönlichen Adressbuch verbunden. Über das Modul eBay auf „Meine Dienste“ können die User jetzt neuerdings einige Funktionen nutzen, die ihnen auch über ihr eBay-Mitgliedskonto zur Verfügung stehen. Dazu müssen sie bei ihrem Login einmalig bestätigen, dass sie über „Meine Dienste“ auf ihre Online-Auktionen zugreifen wollen.



Raum. Aufgrund der geringen Größe der Gehäuse können die beiden Geräte gut transportiert werden. Auch nicht WLAN-fähige Notebooks oder PCs lassen sich so problemlos aufrüsten. Angeschlossen werden kann der Speedport W 101 Stick über USB und die W 100 Card über PCMCIA-Steckplatz Typ II. Hohe Sicherheit wird durch dynamische Verschlüsselung über die neuesten Standards wie WPA und WPA2 geschaffen.

# debitel Mitarbeiter trafen sich zum Vertriebs-Kickoff

**„Volle Kraft für die Performance im Vertrieb“. Mit diesem Signal sind die Teilnehmer beim debitel Vertriebs-Kickoff im historischen Kraftwerk im baden-württembergischen Rottweil in die neue Struktur des mittlerweile größten deutschen Mobilfunkvermarkters gestartet. Mitarbeiter aus Vertrieb und Retail, aus den Bereichen Großfläche und Fachhandel, sowie eine Reihe von Außendienst-Mitarbeitern waren der Einladung gefolgt.**

Im Mittelpunkt der Auftakt-Informationsveranstaltung im Gründerzeit-Turbinensaal standen Vorträge der debitel Vorstände Oliver Steil (Vorsitzender) und Lars Dittrich (Vertrieb) sowie Referate von Produkt- und Vertriebsverantwortlichen. Während Steil die strate-

gische Ausrichtung der Unternehmensgruppe mit ihrer Shop-Kette \_dug, ihren Service-Provider-Marken debitel und Talkline sowie ihrem Mobilfunkdiscounter callmobile.de skizzierte, erläuterte er gemeinsam mit dem Vorstandskollegen Dittrich die Vertriebsziele

im Jahre 2008. „Die Integration der einzelnen Unternehmen zu einer Gruppe kommt mit schnellen Schritten voran“, lobte Steil die Leistung der Mitarbeiter. Mit einer klaren Segmentierung der Kanäle sowie einer Stärkung der Position des Handels – vor allem bei der Marke Talkline – will er den Ausführungen zufolge den fusionierten Telekommunikationsvermarkter weiter auf Erfolgskurs steuern.

Auch Vertriebsvorstand Dittrich gab sich mit den 300 Teilnehmern, die stellvertretend für über 1.800 Kollegen in der gesamten Ver-



Das historische Kraftwerk im baden-württembergischen Rottweil bildete die Kulisse für das Vertriebs-Kickoff von debitel.



Stellvertretend für alle 1.800 Kollegen nahmen 300 Teilnehmer an der Kickoff-Veranstaltung teil.

triebsstruktur der Gruppe an der Veranstaltung teilnahmen, optimistisch. „Aus drei unterschiedlichen Kulturen entsteht jetzt eine neue Kultur“, unterstrich Dittrich. „Dabei müssen wichtige Impulse aus dem Vertrieb kommen.“ Wie leistungsfähig die Organisation sei, zeigten die jüngsten Zahlen. „Wir sind die Nummer eins, denn wir verkaufen schon jetzt jede fünfte SIM-Karte in Deutschland“, stellte Dittrich fest. Frank Bösenkötter, Leiter Akquisitionsmarketing bei debitel, unterstrich den wichtigen Beitrag der sogenannten „weißen Karte“.

Neben den Service-Provider-Mobilfunkverträgen seien diese Original-Netzbetreiberverträge eine wichtige Ergänzung im Produktportfolio, um flexibel im Markt agieren zu können. Retail-Geschäftsführer Hubert Kluske kündigte ein erweitertes Shop-Konzept an. Zusätzlich soll ein debitel Shop-in-Shop-Konzept den Abverkauf der Service-Provider-Produkte erleichtern. Kundenbindung und ein umfassendes DSL-Angebot nannte Kluske als weitere Schwerpunkte für das Geschäft 2008 am POS.

## debitel Group meldet für 2007 ein sehr gutes Ergebnis

**Die neu geformte debitel Group hat auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2007 zurückgeblickt. Nach den abgeschlossenen Übernahmen von \_dug und Talkline sowie den Verkäufen von drei der vier Auslandsgesellschaften konnten die zentralen Kennzahlen deutlich verbessert werden, erklärte CEO Oliver Steil Ende Februar vor Pressevertretern. Für das laufende Jahr erwartet das Management in den beiden Geschäftsfeldern Service Providing und Retail eine klare Bestätigung des profitablen Wachstumskurses.**

Das bereinigte EBITDA der debitel Group mit ihren Gesellschaften debitel AG, \_dug telecom ag, Talkline GmbH und debitel Nederland B.V. wuchs im Jahr 2007 laut Steil auf 213 Mio. Euro (2006: 160 Mio. Euro). Der Umsatz der Unternehmensgruppe stieg auf 2.968 Mio. Euro nach 2.616 Mio. Euro 2006. Die Teilnehmerzahl konnte auf 14,1 Mio. gesteigert werden. Die Ergebnisse von \_dug und Talkline flossen stichtagsbezogen zum 9.2. (\_dug) und 31.7. (Talkline) in das Gesamter-

gebnis ein. Bezogen auf das deutsche Kerngeschäft hat die debitel Group ihr bereinigtes EBITDA 2007 auf 208 Mio. Euro (2006: 140 Mio. Euro) gesteigert. Der Umsatz stieg auf 2.548 Mio. Euro (2006: 1.956 Mio. Euro), die Teilnehmerzahl von neun auf 13,2 Millionen. Dabei konnten sowohl Talkline als auch debitel ihren Teilnehmerbestand im Jahresverlauf weiter steigern.

„Mit diesen Zahlen zeigen wir, dass unsere Strategie der intelligenten Kombination der zwei

Geschäftsmodelle Service Providing und Retail voll aufgeht“, sagte Steil. Besonders erfreulich und bemerkenswert sei, dass sowohl debitel, \_dug als auch



Oliver Steil

Talkline einzeln betrachtet im Jahr des Zusammenschlusses allesamt ihre wichtigsten Kennzahlen verbessert und somit gemeinsam zum guten EBITDA-Ergebnis positiv beigetragen hätten. Steil: „So etwas kann man nur mit Mitarbei-

tern schaffen, die auch während einer bewegten Integrationsphase motiviert und engagiert die neue Unternehmensgruppe nach vorne bringen.“

Als weitere wichtige Kennzahl entwickelt sich insbesondere der operative Cash Flow bei debitel sehr gut. „2007 konnten wir in der gesamten Gruppe den operativen Cash Flow auf 191 Mio. Euro nach 160 Mio. Euro ein Jahr zuvor steigern. Das Net Income stieg parallel von minus drei auf 38 Mio. Euro“, erläuterte Finanzvorstand Joachim Preisig. „Hier sehen wir eine nachhaltig positive Entwicklung.“

Per 31.12.2007 beschäftigte die debitel Group nach den Übernahmen in Deutschland 3.371 Mitarbeiter (umgerechnet in Vollzeitstellen). Ein Jahr zuvor waren es bei debitel allein 1.289. Über das weitere Wachstum der Tochtergesellschaft \_dug peilt das Unter-

nehmen hier in den kommenden Jahren eine deutliche Steigerung an – bereits heute verfügt die debitel Group über 641 eigene Shops, 800 sollen es Ende 2008 sein. „Wir setzen weiter auf einen konsequenten Mix unserer Vertriebskanäle und werden uns auf allen Ebenen weiter verbessern“, so Vertriebsvorstand Lars Dittrich. „\_dug wächst stetig und die exzellente Zusammenarbeit mit unseren starken Partnern wie Media Markt, Saturn, Karstadt und Kaufhof treiben wir weiter voran. 2008 stehen aber auch der Fachhandel und die alternativen Vertriebskanäle im Fokus.“

debitel habe sein Geschäftsmodell in den vergangenen Jahren konsequent weiterentwickelt, ergänzt und sich auf die Schwerpunkte Vertriebskraft, Kundenzugang sowie Service konzentriert“, sagte Steil. „Das ist auch unsere Strategie für die Zukunft.“

TK



### Panasonic stellt neue Schnurlostelefone vor

Panasonic hat neue schnurlose Telefone der KX-TG83xx Serie vorgestellt, zu der Modellvarianten mit und ohne integriertem/n Anrufbeantworter gehören. Mit der KX-TG83xx Serie bekommt die Panasonic DECT-Familie ein neues Flaggschiff. Der umlaufende Rahmen im Metallic-Look sowie Bedientasten in Metalloptik am Mobilteil und bei den Modellen mit Anrufbeantworter an der Basis sind ein extravaganter Blickfang. Das gilt auch für die Tastatur mit ihren blau beleuchteten und großzügig dimensionierten Tasten. Das beleuchtete 1,5-Zoll-Display mit 65.000 Farben und die komfortable Menüsteuerung per Joystick sorgen für einfache Bedienung. 20 polyphone Klingeltöne, ein 200 Einträge fassendes Telefonbuch, Headset-Anschluss, die LED-Anrufsignalisierung am Mobilteil, und eine Sperre für eingehende Anrufe und unterschiedliche Memo-Funktionen runden die Ausstattung ab. Alle Modelle der neuen Serie sind auf bis zu sechs Mobilteile ausbaufähig. Diese bietet Panasonic optional unter der Bezeichnung KX-TGA830EX passend zum jeweiligen Grundpaket in Schwarz, Silber und Graphit an.



www.panasonic.de

### Bei Parrot gibt es einen MMS-fähigen Bilderrahmen

Parrot hat auf der CeBIT seinen ersten digitalen, MMS-fähigen Bilderrahmen gezeigt. Mit dem Parrot DF7700 gelangen jetzt die Bilder vom Foto-Handy über große Entfernungen sofort auf das Display des Rahmens. Um dies zu ermöglichen, ist das Gerät mit einer direkt in den Bilderrahmen integrierten SIM-Karte mit eigener Rufnummer ausgestattet. Egal ob aus dem Urlaub oder einfach von unterwegs aus, jetzt können die Aufnahmen kabellos und mit einem einzigen Klick direkt an den digitalen Fotorahmen Parrot DF7700 gesendet werden. Ein Mobiltelefon mit Kamera reicht. Für den Versand entstehen nur die Kosten für eine MMS des jeweiligen Mobilfunkbieters. Der Empfang der Bilder ist kostenlos. Der Parrot DF7700 bietet zusätzlich einen USB-Anschluss und einen SD-Kartensteckplatz. Fotos vom Mo-

biltelefon, dem PC oder der Digitalkamera können somit jederzeit problemlos auf das Gerät übertragen werden. Der Parrot DF7700 präsentiert sich darüber hinaus als elektro-



nisches Fotoalbum, denn in seinen internen Speicher passen über 500 Fotos. Das digitale, hochauflösende TFT-Display (sieben Zoll) ermöglicht eine Bildwiedergabe mit großem Farbreichtum, hoher Kontrastschärfe und Detailtreue. Ungeachtet der Größe des Fotos vor der Übertragung passt der Parrot DF7700 die Fotos automatisch an die Maße des Displays an. Hinzu kommt der interne Ausrichtungssensor, der erkennt, ob der Rahmen horizontal oder vertikal aufgestellt ist und die Fotos automatisch ausrichtet. Der Helligkeitssensor sorgt für eine Anpassung des Displays an das Umgebungslicht im Raum. Nachts schaltet sich der Bilderrahmen bei Bedarf ab und spart damit Energie. Und wie alle digitalen Bilderrahmen von Parrot ist auch der Parrot DF7700 mit einer einfach zu handhabenden Benutzeroberfläche ausgestattet. Unterschiedliche Diaschauen sind damit schnell zu programmieren, so dass die Fotos nacheinander oder per Zufallsmodus auf dem Display erscheinen.

www.parrot.com/de

### Philips bringt neue Eco Design-DECT-Telefone

Philips bringt eine neue Reihe EcoDesign-DECT-Telefone auf den Markt, die sich laut Hersteller durch ihre hervorragende Sprachqualität auszeichnen und durch umweltfreundliche Eigenschaften überzeugen. Bei allen neuen Telefonen konnte der Gesamtenergieverbrauch um



über 50 Prozent gesenkt werden. Erreicht wird dies über hocheffiziente Netzteile und eine intelligente Steuerung, die die Sendeleistung der Geräte der jeweiligen Entfernung zwischen Handgerät und Basis-Station anpasst. Obwohl gerade erst erschienen, haben die Telefone bereits eine

### Agfeo erweitert das Sortiment mit drei neuen Systemtelefonen



Green IT hieß eines der Schlagworte der CeBIT 2008, und auch bei Agfeo ist Green IT ein zentrales Thema: Die Kundschaft nimmt in Zeiten immer hochpreisigerer Energie auch den Stromverbrauch von Kommunikationsprodukten kritisch in Augenschein. Und das zu Recht, denn selbst bei eher unscheinbaren Produkten wie IP-Telefonen unterscheidet sich der Stromverbrauch diverser Marken um das bis zu 15fache. Agfeo Produkte gehören allerdings zu den besonders energieeffizienten Geräten. Es werden immer die Bauteile verwendet, die bei bestmöglicher Qualität den geringsten Stromverbrauch aufweisen. So zahlt sich Agfeo Qualität sowohl in den niedrigen Unterhaltungskosten als auch in der Langlebigkeit aus.

Zu den Neuheiten, die das Bielefelder Unternehmen auf der CeBIT vorstellte, gehört das Systemtelefon Agfeo DECT 50. Es basiert auf der Agfeo DECT S<sub>0</sub>-Basis plus und der Anlagen-Firmware 8.2. Herausragende Kennzeichen des neuen Telefons sind das skandinavische Design und fortschrittliche Agfeo Systemtelefoneigenschaften, gepaart mit innovativem Bedienkomfort und einer grafischen Menüführung. Hierzu zählen unter anderem Komfortmerkmale wie die Statusanzeige (sehen, wer gerade telefoniert) und die intelligente Anrufliste. Diese protokolliert und sortiert eingehende und abgehende Anrufe nach entgegengenommenen, verpassten und zurückgerufenen Anrufen. Automatische Gesprächsannahme, wahlweise auf ein Headset oder den Lautsprecher mit getrennt einstellbarer Lautstärke und zehn Funktionstasten für häufig benötigte Tk-Anlagenfunktionen sind weitere Ausstattungsmerkmale. Das DECT-Handy bietet ein Telefonbuch für bis zu 250 Einträge und ermöglicht den Zugriff auf bis zu 1.000 Telefonbucheinträge, je nach Agfeo Telefonanlagentyp. Das Display des Systemtelefons zeigt bei gedrückter Hörertaste an, welche Leitungen frei sind und welche Teilnehmer telefonieren. Das Gerät ist darüber hinaus unter anderem mit Agfeos innovativer Vanity plus Wahlhilfe ausgestattet.

Mit dem ebenfalls neuen Systemtelefon ST 40 IP will Agfeo neue Maßstäbe in der Internettelefonie (Voice over IP) setzen. Das Gerät eignet sich für alle Telefon-



anlagen mit Agfeo System IP Anbindung (ASIP) und bietet die bewährte Agfeo Systemfunktionalität, auch über das LAN. Die Agfeo IP Telefone werden direkt an das Netzwerk angeschlossen, Telefonkabel entfallen somit. Die Gehäusekonzeption ist nach modernsten Erkenntnissen erstellt worden. Das beleuchtete Grafikdisplay zeigt Schrift und Grafik mit maximal möglichem Kontrast (schwarz auf weißem Grund). Die Neigung des Displays ist über eine Feinverzahnung einstellbar. Die Lautstärke des Hörers sowie die Empfindlichkeit des Mikrofons sind getrennt regelbar.

Zwei Modulschächte für zukünftige Technologien und ein Anschluss zur Anbindung von schnurlosen und schnurgebundenen Agfeo Headsets sind ebenfalls vorhanden. Zehn Funktionstasten mit Status-LED für 20 häufig benötigte Anlagenfunktionen und Rufnummern sowie der Zugriff auf das TK-Anlagentelefonbuch und Computertelefonie (CTI) runden die Komfortmerkmale des Agfeo ST 40 IP ab.

Weiterhin neu im Agfeo Programm ist das Analogtelefon ST 15. Dieses Gerät fällt vor allem durch sein elegantes Design, zahlreiche Funktionen und die einfache Bedienung auf. Das Systemtelefon ST 15 ist optimal abgestimmt zum Betrieb an Agfeo Telefonanlagen. Es bietet unter anderem ein sehr gut ablesbares Multifunktionsdisplay, Headset-Anschluss, Computertelefonie (CTI), sechs Funktionstasten mit Status-LED für häufig benötigte Anlagenfunktionen und 80 Telefonbucheinträge im Gerät. Die Lautstärke des Hörers, des Headsets und des Lautsprechers sind einstellbar. Zehn Kurzwahltasten, eine Mailbox-Signalleuchte, Navigationsstasten und die Anrufliste mit Datum, Uhrzeit und Name runden die Profi-Eigenschaften der Neuheit ab.



www.agfeo.de

Reihe von Preisen für umweltfreundliche Technik und Innovation erhalten. So wurde das VOIP151 mit einem CES Eco Design Innovation Award prämiert. Vier weitere Modelle der Reihe (CD650, CD655, VOIP151, VOIP251) wurden mit dem IF Design Award ausgezeichnet. Nach einer Umfrage des Marktforschungsinstitutes Synovate ist für 72 Prozent aller Nutzer die Sprachqualität eines Telefons das wichtigste Kriterium für einen Kauf. Diesem tragen die neuen DECT-Telefone mit ihrer „HD“- und „XHD“-Sound Technologie Rechnung. Dank ihrer hochwertigen Lautsprecher und Komponenten konnte das Klangspektrum der Geräte verbessert werden. Anwender profitieren von einer exzellenten Sprachqualität und einer bei Philips noch nie erreichten Klarheit. Telefone aus der neuen Reihe von VoIP-Geräten ermöglichen Nutzern kostenfreie oder preisgünstige Telefonate über den Anbieter Skype. Zum Angebot gehören das

preisgekrönte VOIP151 für die Reise, das sich durch cleveres Kabelmanagement auszeichnet. Mehr Bewegungsfreiheit zu Hause oder im Büro bietet das VOIP251 DECT-Telefon mit einer Reichweite von bis zu 300 Metern. Bereits auf dem Markt ist das Spitzenmodell, das VOIP841, das sowohl als Festnetz- als auch als VoIP-DECT-Telefon unabhängig vom PC einsetzbar ist.

www.philips.de

### Nokia N82 bietet auch eine Geotagging-Funktion



Mit dem Nokia N82 in Schwarz hat Nokia Mitte März das neueste Mitglied der Nokia Nseries vorgestellt. Das konvergente Gerät verfügt nicht nur über moderne Imaging- und Navigationsfunktionen, sondern ermöglicht dem Nutzer jederzeit auch einen Highspeed-Zugriff auf das Internet. Darüber hinaus unterstützt

der Multimedia-Computer das sogenannte „Geotagging“: Dank des integrierten GPS-Empfängers mit Unterstützung für A-GPS und der hochauflösenden Kamera kann das Nokia N82 Fotos automatisch mit Informationen zum Aufnahmeort versehen, der sich dann auf einer Karte im Internet oder auf dem Gerät darstellen lässt. Eine Fünf-Megapixel-Kamera mit Optik von Carl Zeiss sowie ein Xenon-Blitz für hochwertige Fotoaufnahmen komplettieren das Angebot an Imaging-Funktionen des Nokia N82 in Schwarz. Eine umfassende Auswahl an Verbindungsmöglichkeiten sorgt außerdem dafür, dass der Nutzer seine Entdeckungen und Lieblingsorte anderen zeigen und mit ihnen teilen kann. Das neue Nokia N82 in Schwarz wird voraussichtlich bereits in wenigen Wochen erhältlich sein. Der unverbindliche Verkaufspreis wird ohne Vertrag und Mehrwertsteuer bei etwa 400 Euro liegen.

# Zusatzumsatz durch Dienstevermarktung mit der ContentCard

**Guthabenaufladung von Prepaidhandys per Lizenzcode ist schon seit langem Alltag im Handel. Auf der CeBIT wurde mit ContentCard ein neues „virtuelles“ Produkt vorgestellt, das vom stationären Handel problemlos vor Ort vermarktet werden kann und ihm zusätzliche Erträge sichert. Das erste über ContentCard verfügbare Produkt ist Nokia Maps Navigation.**

In Deutschland haben die Distributoren und Retailketten best com GmbH, Brightpoint Deutschland, Chris Keim, Degen, Herweck, ElectronicPartner, Krebber Communication AG, Mobilcom Deutschland, my-eXtra, Quips und SMS Michel die postkartengroßen ContentCards in ihr Portfolio aufgenommen. Damit können Lizenzcodes zur Aktivierung der Handy-Navigation auf Nokia-Mobiltelefonen an rund 3.000 Verkaufsstellen bezogen werden. Die Originalverpackung der ContentCard hat das Format einer Postkarte, ist in Cellophanfolie eingeschweißt und mit Euroloch an jeder Zubehörrand platzierbar. Außen wird der Dienst oder Content beidseitig ausführ-



Die ContentCards lassen sich im Handel dank ihrer Eurolochung an jeder Zubehörrand präsentieren.

lich beschrieben – vergleichbar mit der Beschriftung von Musik-CD oder Video-DVD. Zusätzlich befindet sich auf der Rückseite die für die Freischaltung der ContentCard benötigte Seriennummer.

Diese wird beim Verkauf vom autorisierten Händler online unter [www.contentcard.com](http://www.contentcard.com) freigeschaltet. Erst durch die Freischaltung an der Kasse wird die mit einem EAN-Code versehene ContentCard gültig und damit dem Händler berechnet. Wird die ContentCard vor dem Freischalten gestohlen, ist der auf ihr enthal-

tene, geheime Code wertlos und das Produkt kann nicht angefordert werden. Damit ist der Diebstahlschutz gewährleistet.

Die Nokia Maps Navigation ContentCard beinhaltet kein Kartenmaterial (das Kartenmaterial wird in der Regel mit dem Mobiltelefon ausgeliefert). Mit dem auf der ContentCard enthaltenen, geheimen Code wird ausschließlich der Lizenzschlüssel zur Aktivierung des Navigationsdienstes auf dem Mobiltelefon angefordert.

Um autorisierter Händler zu werden, ist eine Registrierung bei der ContentCard Verlagsgesellschaft

## POS-Neuheiten

### Hagenuk PocketSurfer2 bringt Nutzer schnell und fast kostenlos ins Internet



Eines der technologischen Trendthemen dieser Zeit ist der mobile Internetzugang per Mobiltelefon, Smartphone oder Notebook. Auf der CeBIT zeigte die ITM Technology AG mit dem Hagenuk PocketSurfer2 eine weitere Lösung: Ohne Vertragsbindung, ohne Konfiguration und, abgesehen vom Kaufpreis von 249 Euro (UVP), ohne weitere Kosten bringt das Gerät den Nutzer mobil ins Internet und ermöglicht ihm den Zugriff auf sein E-Mail-Konto – und das bis zu zehnmal schneller als mit herkömmlichen mobilen Geräten.

Das elegante, in schwarzer Klavierlackoptik gehaltene, ultraflache Gerät bietet den Zugang zum „echten Internet“ innerhalb des gesamten Mobilfunknetzes. Der 15,2 x 7,5 x 1,5 cm große und gut 170 Gramm schwere Pocketsurfer bietet einen für diese Geräteklasse sehr großen Bildschirm (13,3 cm Diagonale) mit Zoom-Funktion, der 640 x 240 Pixel darstellt, eine vollwertige Qwertz-Tastatur und einen Mauspointer.

Aus Sicht des Herstellers besonders wichtig ist, dass der Hagenuk PocketSurfer2 kostenloses Surfen ohne zusätzliche Gebühren und ohne Kosten-Fallen im „realen

Internet“ an jedem beliebigen Ort ermöglicht. Für den Preis von 249 Euro erhält der Käufer neben der Hardware ein Zeitkontingent für ein Jahr lang je 30 Stunden kostenloses Surfen pro Monat. Wer ohne Zeitbeschränkung surfen will, hat die Möglichkeit, für 9,99 Euro monatlich auf einen unlimitierten Zugang upzugraden. Für das zweite Jahr gibt der Hersteller einen Preis von 44,99 Euro pro Jahr für je 30 Stunden monatlich kostenloses Surfen an. Es ist allerdings zu erwarten, dass die Preise innerhalb des nächsten Jahres stark fallen werden.



Für die extrem hohe Surfgeschwindigkeit sorgt ein spezieller Kompressionsdienst. Der gesamte Datenverkehr läuft über den Datawind-Server, auf dem alle angeforderten Daten in einem patentierten Verfahren komprimiert werden.

Websites werden dadurch besonders schnell auf dem Pocketsurfer aufgebaut. Laut Hersteller ist der Hagenuk PocketSurfer2 – obwohl über GPRS angebunden – das schnellste mobile Internetgerät auf dem Markt.

online unter [www.contentcard.com](http://www.contentcard.com) erforderlich. Bei der Registrierung hat der Händler die Möglichkeit, einen der verfügbaren Distributoren seiner Wahl zu bestimmen, über den die ContentCards bezogen werden sollen. Das Online-Anmeldeformular wird

automatisch an einen der ausgewählten Distributoren weitergeleitet. Der Händler ordert die ContentCards im ContentCard Online-Shop. Die Bestellung wird direkt an den bei der Registrierung angegebenen Distributor weitergeleitet.

Der Online-Shop ermöglicht es Händlern, auch ohne auf Lager vorrätige ContentCards Navigationslizenzen zu verkaufen. Dazu wählt der Händler die Funktion „Lizenz drucken“. Der daraufhin erzeugte pdf-Beleg dient als Rechnung für den Endkunden und enthält den Lizenzcode, der in die Navigationsanwendung eingegeben werden muss. Navigationslizenzen können neben dem Online-Shop auch über handelsübliche EC-Kartenterminals bezogen werden. Damit sind auch Händler in der Lage, das Produkt zu vermarkten, die in ihrer Verkaufsstelle keinen Internetzugang haben.

Wer sich über das Produkt informieren will, kann unter [http://contentcard.com/download/CC\\_deutsch\\_wmv](http://contentcard.com/download/CC_deutsch_wmv) eine Filmdatei aus dem Internet herunterladen. Darin wird die einfache und schnelle Aktivierung der Navigation auf einem Mobiltelefon erläutert.

## aetka und Versatel vereinbaren Service-Kooperation für die DSL-Installation

Die Fachhandelskooperation aetka und Versatel haben auf der CeBIT eine Servicekooperation vereinbart. Dieser zufolge werden autorisierte aetkaSupport-Partner künftig auch DSL-Anschlüsse von Versatel installieren. Ab April 2008 übernehmen aetkaSupport-Partner im Auftrag von Versatel die Hard- und Software-Installation für DSL- und Telekommunikationsprodukte bei Versatel-Privatkunden. Die Kunden können Servicetechniker des aetka-Dienstleistungsnetztes beauftragen, sämtliche Installationen vorzunehmen, damit sie die Versatel-Produkte sofort ohne eigenes Zutun nutzen können.

aetka bietet mit Hilfe ihrer Mitglieder ein bundesweites Dienstleistungsnetz an. aetka akquiriert zentral Dienstleistungsaufträge und vermittelt sie an die aetka Support-Partner weiter. Zahlreiche Hersteller und Netzbetreiber der IKT-Branche nutzen dieses bun-



Erfolgreicher Vertragsabschluss auf der CeBIT: (v. l.) Uwe Bauer (Vorstand aetka AG), Christian Schemann (Versatel Vorstand Marketing/Vertrieb) und Leo Lützenkirchen (Versatel Geschäftsleiter Vertrieb Privatkunden national) unterzeichneten die Dienstleistungsvereinbarung.

desweite Servicenetz, um bei ihren Kunden beispielsweise Geräteinstallationen oder Entstörungsdienstleistungen durchführen zu lassen. „Die zentrale Akquise und Weitervermittlung von Aufträgen ist

eine starke Leistung der Fachhandelskooperation aetka, um das Servicegeschäft unserer Partner zu steigern. Durch die Kooperation mit Versatel hat aetka nun einen weiteren namhaften Auftraggeber

gewonnen“, sagte Uwe Bauer, Vorstand der aetka Communication Center AG.

Für Versatel bedeutet die Kooperation mit aetka, dass die Kunden bundesweit mit einem zuverlässigen Service rechnen können. „aetkaSupport-Partner sind auf technische Dienstleistungen spezialisiert. Durch das flächendeckende Netz können sie unsere Kunden überall bedienen“, erklärte Christian Schemann, Versatel Vorstand Vertrieb und Marketing. Versatel und aetka laden derzeit etwa 130 aetkaSupport-Partner zu zehn regionalen Schulungen ein. Ab April werden die aetkaSupport-Partner dann für die Versatel-Kunden tätig. Da der Hauptlieferant von aetka, Komsa Kommunikation Sachsen AG, mit Versatel eine Vertriebskooperation geschlossen hat, haben ausgesuchte Partner die Möglichkeit, künftig auch die Privatkundenprodukte von Versatel über Komsa zu vermarkten.

# The Phone House arbeitet an Franchise-Konzept

**The Phone House will auch 2008 weiter wachsen. Die Expansion soll dabei sowohl durch die Eröffnung eigener Geschäfte erfolgen als auch durch die Zusammenarbeit mit neuen Exklusivpartnern. Darüber hinaus arbeitet das Münsteraner Unternehmen derzeit an einem Franchise-Konzept. „Dieses wird aber erst in einigen Monaten spruchreif sein“, so Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House, in einem Gespräch mit Fachjournalisten.**



Durch die Präsenz auf den Messen der Fotohandelskooperation Ringfoto und die im Herbst 2007 beschlossene Zusammenarbeit mit Ringfoto hat sich The Phone House ein Standbein im Fotofachhandel gesichert.

„Wir haben unsere Präsenz in Deutschland in den vergangenen Monaten deutlich ausgebaut und werden von Kunden als kompetenter Partner wahrgenommen“, führte Simon aus. „Unser Ziel ist es, bis zum Jahr 2010 mit 500 Stores unter der Marke The Phone House vertreten zu sein. Rund



Dr. Ralf-Peter Simon

200 davon sollen im Franchise-System geführt werden.“ Neben der Expansion unter der eigenen Marke The Phone House eröffnet das Unternehmen auch weiterhin Telekom Shops für die Deutsche Telekom, die es mit eigenem Per-

sonal betreibt. Bis zum Jahr 2010 soll die Zahl dieser Shops von derzeit rund 50 auf rund 100 erhöht werden.

Mit dem Geschäftsverlauf im Jahr 2007 zeigte sich Simon einigermaßen zufrieden, „obwohl wir unterschätzt haben, wie aggressiv die No-Frills-Anbieter zuschlagen werden.“ Durch neue branchenfremde Vertriebsstellen in vierstelliger Zahl „für Kunden, die nur telefonieren wollen“, so Simon, habe sich der Wettbewerb weit dramatischer verschärft als man zu Beginn des Jahres erwartet habe. „Und wer einmal seine Karte im Lebensmittelmarkt gekauft hat, den haben wir als Kunden verloren“, stellte Simon fest.

Nicht ganz so gut wie erwartet lief auch das neue Retail Plus-Geschäftsmodell mit T-Mobile. Hier sei die Motivation auf beiden Seiten anfangs offensichtlich nicht groß genug gewesen, um sich für den neuen Weg zu engagieren. Simon: „Dennoch werden wir an dem Konzept festhalten, langfristig nur noch die Originaltarife der Netzbetreiber anzubieten.“ Für den Sommer erwartet der The Phone House-Chef die Unterzeichnung eines weiteren Vertra-

ges mit einem großen Mobilfunkanbieter. „Es gibt genügend Gründe, die Originaltarife zu vermarkten, und sei es nur, weil uns für unsere eigenen Tarifangebote bestimmte Features, zum Beispiel MyFaves von T-Mobile, gar nicht zur Verfügung stehen“, führte Simon aus.

Bedingt durch die aktuelle Marktsituation ist das Creditgeschäft bei allen Anbietern unter Druck geraten. Um dennoch Wachstum zu erzielen, sei The Phone House in neue Welten aufgebrochen. „Mit dem DSL-Geschäft sind wir momentan sehr zufrieden. Allein durch DSL konnten wir das kompensieren, was uns im Vertragsgeschäft verlorengegangen ist“, so Simon. „Und hier erwarten wir auch noch in den kommenden beiden Jahren erfreuliche Zuwächse.“

Erhebliches Wachstumspotential sieht Simon für das Unternehmen auch im Bereich mobile Daten und mobiles Internet: „Wenn man analysiert, wie erfolgreich unsere Muttergesellschaft Carphone Warehouse hier in anderen europäischen Ländern unterwegs ist, dann kann man ahnen, welche Steigerungsraten auch hierzulande noch möglich sind.“ Bei The Phone House werden deshalb derzeit Angebote entwickelt, um preiswerte Notebooks und Mobilfunkangebote zu verknüpfen. Simon hält es dabei für möglich, Notebooks in Verbindung mit einem gut gerechneten Tarifmodell für einen Euro auf den Markt zu bringen. Darüber hinaus soll auch dem ertragsstarken Geschäft mit Zubehör in den kommenden Monaten verstärkte Aufmerksamkeit gewidmet werden.

[www.phonehouse.de](http://www.phonehouse.de)

## PoS Aktuell

### Degen und Epsilon Telecom kooperieren bei Reparaturabwicklung

Ab April übernimmt der Heilbronner Distributor Degen für Epsilon Telecom die komplette Reparaturabwicklung für Mobilfunkgeräte der Hersteller Nokia, Samsung, BenQ-Siemens, Sony Ericsson, Motorola, LG und Pantech. Neben seinen eigenen Kunden bietet Degen dann auch den Kunden von Epsilon Telecom seinen Reparaturservice an. Diese profitieren unter anderem von einem Abholservice defekter Geräte für eine Gebühr von 0,99 Euro und können damit ihre Versandkosten minimieren. Die Reparaturen werden kostenfrei auf Garantieanspruch geprüft – der Händler erhält im Falle, dass es sich nicht um einen Garantiefall handelt, eine schriftliche Begründung für den Ausschluss und alle Optionen für eine weitere Bearbeitung. Die Verwaltung der Reparaturen erfolgt über die Plattform Service Online, auf die der Händler, nach Login unter [www.epsilon-telecom.de](http://www.epsilon-telecom.de), gelangt. Dort können Fachhändler von Epsilon Telecom zu jeder Zeit den aktuellen Reparaturstatus von der Auftragsannahme bis zur Auslieferung einsehen und werden bei einer Statusänderung umgehend informiert. [www.degen-comm.de](http://www.degen-comm.de)

### Die freenet AG ergänzt ihr Angebot um „freenetKomplett Talk“

Die freenet AG hat ihr freenet-Komplett-Angebotsportfolio ergänzt und bietet jetzt mit „freenetKomplett Talk“ ein Paket an, das sich vor allem an Vieltelefonierer wendet: Bereits ab monatlich 24,90 Euro enthält das Paket neben einem 2000er-DSL-Anschluss eine Telefonflat zum Telefonieren ins deutsche Festnetz. Optional kann ein Komfort-Telefonanschluss für monatlich 2,95 Euro sowie die Mobile-Flat für fünf Euro monatlich dazugebucht werden. Ein Telekom-Anschluss ist bei allen freenetKomplett Paketen, die mittlerweile in über 900 Städten verfügbar sind, überflüssig.

[www.freenet.de](http://www.freenet.de)

### Brightpoint Germany stellt zwei neue Key Account Manager ein

Mit Ralf Noß (42) und David Funk (34) hat der Trierer Distributor Brightpoint Germany GmbH zwei weitere Key Account Manager eingestellt. Sie sollen den expandierenden Bereich des Handy- und Smartphone-Zubehörs betreuen. Der Saarländer Noß übernimmt die Position des Area Managers Nord. Er verfügt über 14 Jahre Vertriebserfahrung im Bereich Mobilfunk- und Festnetzprodukte als Vertriebsbeauftragter bei Vodafone, Nokia und Arcor. Zuletzt war Noß als Délégué Commercial im

Vertriebsgebiet Luxemburg im Bereich Telematik tätig. Funk ist neuer Area Manager Süd. Vor seinem Einstieg bei Brightpoint war der gebürtige Kölner zuletzt bei der Jentro GmbH (Offboard Navigation) als Business Development Manager tätig. Von der Parrot GmbH sowie der Alac GmbH bringt Funk ebenfalls Erfahrung als Business Development Manager mit.

[www.brightpoint.de](http://www.brightpoint.de)

### T-Mobile International und Asus beschließen Zusammenarbeit

T-Mobile International und Asus, einer der weltweit führenden Anbieter für Computer, Communications und Consumer Electronics, haben eine strategische Partnerschaft beschlossen. Sie wollen preislich attraktive Komplettpakete aus Asus Notebooks, Highspeed-Mobilfunktechnik und günstigen Tarifoptionen auf den Markt bringen. Bereits mit ihrem Startangebot im deutschen Markt wollen die Partner ab sofort Maßstäbe setzen: Mit dem EeePC 4G, dem Vorreiter einer neuen Generation von mobilen Internetgeräten, und 300 Freistunden WLAN am T-Mobile Hotspot genießen Nutzer für 299 Euro mobiles Surfen mit Höchsttempo. Schon im Laufe der nächsten Wochen wollen T-Mobile und Asus weitere EeePC-Pakete fürs mobile Internet anbieten. Diese werden HSDPA/UMTS-fähige USB-Sticks sowie Tarifoptionen für Vertrags- und Prepaid-Kunden enthalten. In Österreich wird das einfach und ohne Vorkenntnisse zu bedienende Gerät mit HSDPA/UMTS von T-Mobile ebenfalls in Kürze zu erwerben sein. Handlich und leicht (920 Gramm) wie ein DIN A5-Notizbuch bietet der EeePC einen exzellenten, mobilen Internetzugang und ein 7"-Display.

### Dietrich Beese verlässt O<sub>2</sub> Germany in Richtung Berlin und Brüssel

Dietrich Beese, Geschäftsführer Corporate Center O<sub>2</sub> Germany, verlässt nach neun Jahren das Unternehmen auf eigenen Wunsch, um sich neuen Aufgaben im Bereich Regulierung und Lobbying in Berlin und Brüssel zu widmen. Neben der Geschäftsführung Corporate Center war Beese unter anderem Geschäftsführer Finanzen und Administration. Er hat die erfolgreiche UMTS-Lizenzsteigerung maßgeblich gesteuert, die National-Roaming-Abkommen mit der Deutschen Telekom koordiniert sowie alle regulatorischen und politischen Interessen der O<sub>2</sub> Gesellschaften in Brüssel und innerhalb der Telefónica vertreten. Zudem unterstand ihm die O<sub>2</sub> Repräsentanz in Berlin. Seine bisherigen Aufgaben übernahm Markus Haas, der in dieser Funktion an CEO Jaime Smith Basterra berichtet. Der 36-jährige ist seit neun Jahren bei O<sub>2</sub>, zuletzt war er als Senior Vice President für den Bereich Legal & Regulatory Affairs verantwortlich. [www.o2online.de](http://www.o2online.de)

### The Phone House eröffnet den 200. Shop

The Phone House hat Anfang März in Braunschweig seinen bundesweit 200. Store eröffnet. Der Store in Braunschweig liegt im Zentrum der Fußgängerzone (Damm 22) und bietet Besuchern auf einer Verkaufsfläche von rund 100 Quadratmetern ein umfangreiches Produktportfolio aus den Bereichen Mobilfunk, Festnetz, DSL, Multimedia und Zubehör. Darüber hinaus erwartet die Kunden eine außergewöhnliche Kombination von Design und Service. So können sich die Kunden beispielsweise im Sitzen beraten lassen oder speziellen Themenwelten mit Produkten aus Bereichen wie Musik, Navigation oder Fotografie widmen.

# FÜR ACTIONHEROES UND SINGSTARS.



K 930 WHITE



K 930 BLACK

**So haben Sie die Hände frei.** Der neue, kabellose High-Performance Stereokopfhörer K 930 sorgt für perfekten Sound und völlige Bewegungsfreiheit – nicht nur beim Gaming. Auch Filme und Musik werden mit beeindruckenden Bässen und brillanten Höhen zum intensiven Erlebnis. Die automatische Frequenzabstimmung (AFC) regelt kontinuierlich den Empfang, mit einer maximalen Reichweite von 100 Metern können Sie sich durchs Haus und sogar bis in den Garten frei bewegen. Das selbst anpassende Kopfband und die Ohrpolster aus weichem Samt garantieren optimalen Tragekomfort. In hochglänzendem Weiß oder Schwarz können Sie Ihren K 930 passend z. B. zu Ihrer Nintendo Wii™ oder Sony PS3™ wählen – und sofort in neue Welten eintauchen.

[www.akg.com](http://www.akg.com)

H A Harman International Company © 2008 Harman International Industries, Incorporated. Alle Rechte vorbehalten. AKG ist eine Handelsmarke von Harman International Industries, Incorporated, eingetragen in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Ländern. Änderungen vorbehalten. Harman Deutschland; Hunderstraße 1, 74080 Heilbronn, Tel.: +49 7131 480 0 | Harman Österreich; Salzgasse 2, 5400 Hallein | Harman Schweiz; Thunstraße 20, CH-3005 Bern.

**AKG**

**Samsung: SGH-U900 – Das neue Ballack-Handy**

# Elegant und verführerisch

**In den letzten acht Jahren ist es Samsung gelungen, sich im Telekommunikationsbereich aus weltweit fünf Prozent Marktanteil im Jahr 2000 an die Spitze zu arbeiten. Heute ist das Unternehmen führender Produzent von CDMA-Geräten und drittgrößter Hersteller von Mobiltelefonen insgesamt. Mit neuen Geräten wollen die Koreaner auch 2008 ihre Marktanteile vor allem in Deutschland ausbauen.**

Samsungs Erfolg basiert auf der Idee, die Führung in der „Revolution der digitalen Konvergenz“ zu übernehmen. Hier spielt die Technik zwar eine große Rolle, doch zunehmend rücken Design und die Integration in attraktive Produkte in den Vordergrund. Entsprechend treiben etwa 600 Designer in sieben Designzentren rund um den Globus die ästhetische Revolution von Elektronikprodukten voran. Heute gehören sowohl Handys für CDMA-, TDMA- und GSM-Standards wie auch 3G-Mobiltelefone zum Portfolio und sichern dem Konzern überragende Präsenz in der Businesswelt wie im privaten Umfeld. Eine bedeutende Rolle spielt hier Samsungs „Ultra Edition“, die bei den Endkunden sowie Händlern für Furore gesorgt hat.

**Premium-Gerät**

Das neue SGH-U900 setzt die Tradition der Serie fort. Der Korpus besteht aus Vollmetall mit natürlicher Farbgebung und ist geprägt von einer feinen Haarlinien-Struktur. „Das U900 ist ein echtes Premium-Gerät mit exklusiver Persönlichkeit und individueller Ausstrahlung“, freut sich Norbert Strixner, Marketing Manager Telecom Division. „Es ist das jüngste Gerät unserer exklusiven Ultra Edition, dessen Markteinführung wir mit einer aufmerksamkeitsstarken Kampagne begleiten werden.“ Das nur 12,9 mm schmale SGH-U900 ist mit einer 5-Megapixel-Kamera ausgestattet. Wie eine moderne Digitalkamera verfügt das SGH-U900 über aktuelle Features wie Gesichtserkennung, Bildstabilisator und Wide Dynamic Range.



Norbert Strixner: „Das SGH-U900 wird selbst den höchsten Ansprüchen stilbewusster Konsumenten gerecht.“

**Schneller Internet-Zugang**

Internet-Surfen und Downloads werden über 7,2 MBit/s-HSDPA in High-Speed-Geschwindigkeit möglich, und auch selbstgefilmte Handy-Videos lassen sich so innerhalb kürzester Zeit mit Freunden teilen. Ebenso schnell können Musiktitel aus dem Internet geladen werden. Speziell für die Verwaltung sowie Wiedergabe von Musik ist das U900 mit einer Musik-Bibliothek, der Digital Power Amplifier von ICEpower Technologie von Bang & Olufsen und einem 3,5 Zoll Headset Adapter ausgestattet. Darüber hinaus lässt sich der jüngste Spross aus der Ultra Edition an die individuellen Bedürfnisse seines Besitzers anpassen. Magic Touch von DaCP erlaubt die Einrichtung von Navigationsanzeigen auf der Tastatur des Handys. Auf diese Weise entsteht eine personalisierte Benutzerführung. Dabei bestimmt die gewählte Funktion den Charakter der Navigations-Symbole.

**Personalisierte Bedieneroberfläche**

So werden etwa im Musik-Betrieb entsprechende Symbole betont, im Kamera-Modus werden relevante Symbole wie Zoom und Beleuchtung hervorgehoben. Das SGH-U900 ist mit einer neuen Serie von graphischen Benutzeroberflächen mit drei unterschiedlichen Nutzeroptionen ausgestattet. Mit Hilfe des On-Handset USC Setup kann die Oberfläche des Displays individuell und variabel mit Hintergrundbildern, Zeichen und Farben eingerichtet werden.

**Sales Force geht zum Händler**

„Das SGH-U900 spricht den selbstbewussten Kunden an, der auch von einem Alltagsgegenstand wie dem Mobiltelefon ganz selbstverständlich kompromisslose Technologie und ästhetisches Design fordert“, so Norbert Strixner. Natürlich sind Produkte wie das SGH-U900 beratungsintensiv. „Um den Fachhandel beim Abverkauf zu unterstützen, wird sich in diesem Jahr unsere Vertriebsmannschaft noch stärker als bisher dem Fachhandel widmen“, ergänzt Strixner. Hierzu gehören neben umfangreichem PoS-Material und Marketingaktivitäten Promotionaktionen beim Händler vor Ort. Zudem wird Samsung mit seiner Frühjahrsroadshow auf



Sämtliche Merkmale ordnen sich beim SGH-U900 dem perfekten Minimalismus unter und vereinen sich zu einem schnörkellos-schlachten und makellos-schönen Auftritt. Vollmetallgehäuse, 5-Megapixel-Kamera, HSDPA sowie Bluetooth 2.0 runden die Ausstattung ab.

Tour gehen, um seinen Handelspartnern die neuen Geräte ausfühlich vorstellen zu können. Im Mittelpunkt wird hier die neue

Ballack-Kampagne zum SGH-U900 stehen, die ebenso aufmerksamkeitsstark ist wie im letzten Jahr. [www.samsung.de](http://www.samsung.de)



Mit dem SGH-D880 bringen die Koreaner ihr erstes Dual-SIM-Handy auf den deutschen Markt. Je nach Vertragskonditionen kann diejenige SIM angesteuert werden, über die es sich zum jeweiligen Zeitpunkt am günstigsten telefonieren lässt. Das Handy ist mit einer 3,2-Megapixel-Kamera mit Autofokus und 4fachem Digitalzoom sowie Bluetooth 2.0 ausgestattet. Der 44 MByte große, interne Speicher lässt sich mit einer MicroSD erweitern.

Nokia: Mobilität bringt Wettbewerbsvorteile

# Das Büro in der Tasche

Nach dem Siegeszug von DSL setzen sich schnelle Internetverbindungen auch im Mobilfunk durch. Zum Jahreswechsel gab es erstmals mehr als 10 Millionen UMTS-Anschlüsse in Deutschland. Damit bietet sich für Unternehmen jeder Größe die Möglichkeit, ihre Mitarbeiter kostengünstig mit mobilen Lösungen auszustatten und ihnen auch unterwegs Zugriff auf Firmendaten oder E-Mails zu gewähren.

Dabei befindet sich diese Entwicklung erst am Anfang. In diesem Jahr soll laut Bitkom die Zahl der UMTS-Anschlüsse in Deutschland um 60 Prozent auf fast 16 Millionen steigen. Von dieser Entwicklung profitiert der Handel, denn mit der zunehmenden Verbreitung von UMTS-fähigen Handys steigt auch die Nutzung mobiler Anwendungen wie Mobile E-Mail. So bietet der mobile Zugriff auf E-Mails dem Händler ein starkes Verkaufsargument für Geschäftskunden, für die Mobilität ein entscheidender Wettbewerbsvorteil ist, sowie für Privatkunden. Nicht zuletzt deshalb sind die Verbindungspreise seitens der Netzbetreiber gesunken. Gleichzeitig hat die verstärkte Nachfrage nach mobilen Anwendungen für eine deutliche Belebung des Softwaremarktes gesorgt, so dass für beinahe jede Anforderung die passende Applikation erhältlich ist.

## Partner für Beruf und Freizeit

Mit der Eseries hält Nokia eine Plattform für Anwender bereit, die unterwegs beispielsweise E-Mails verwalten möchten, auf Firmendaten zugreifen oder Dokumente aus Office-Anwendungen wie Excel, Word oder PowerPoint ansehen sowie bearbeiten wollen. Alle Geräte der Serie greifen den Trend zu mehr Mobilität und Flexi-

bilität in Beruf und Freizeit auf und ermöglichen Unternehmen, ihre Geschäftsprozesse zu mobilisieren. Ebenso bieten sie dem privaten Nutzer unterwegs den Kommunikationskomfort, den er vom heimischen PC gewohnt ist. Die einzelnen Geräte der Eseries unterscheiden sich dabei im wesentlichen durch den Formfaktor, der sich an den Bedürfnissen der jeweiligen Anwendergruppe orientiert. Möchte der Kunde beispielsweise ein besonders flaches Business-Smartphone mit Oberflächen aus Edelstahl, eignet sich das Nokia E51. Wird ein Gerät mit vollständiger Tastatur und großem Display gesucht, sind das Nokia E61i oder der Nokia E90 Communicator die passenden Geräte.

Der Nokia E90 Communicator bietet umfangreiche Funktionen, ist Quad-Band-fähig, unterstützt W-LAN, USB 2.0 und Bluetooth und ist HSDPA-fähig. Aufgrund seiner vollständigen Tastatur sowie dem großen Display lassen sich auf ihm auch umfangreichere Arbeiten bequem erledigen. Beim Surfen im Internet stellt das Nokia E90 eine Internetseite in voller Breite auf dem Display dar, was die Lesbarkeit erheblich vereinfacht. Mit Hilfe der vorinstallierten Navigationssoftware Nokia Maps findet man sich auch in fremden Umgebungen leicht zurecht.



Führende Marktforschungsinstitute wie IDC gehen davon aus, dass bereits in wenigen Jahren knapp die Hälfte aller Mitarbeiter in den einzelnen Unternehmen vorwiegend außerhalb des Büros arbeiten werden.

Nokia hat hier bereits frühzeitig Kooperationen mit Partnern wie Avaya, Cisco oder OnRelay geschlossen. Dank der auf diese Weise entstandenen Lösungen können Firmen zunehmend auf Festnetztelefone verzichten. Diese Lösungen bieten dem Händler weitere Ansätze, neue Endgeräte zu verkaufen. Schließlich lassen sich diese in die Telefonanlage des Unternehmens integrieren und stellen dem Mitarbeiter auch unterwegs die bekannten Funktionen klassischer Festnetztelefone wie Makeln, Rückruf oder Telefonkonferenzen zur Verfügung.

## Nokia Intellisync Mobile Suite

So einfach, wie sich dies vordergründig darstellt, ist in der Regel auch die Umsetzung in der Praxis. Die Finnen haben hier mit der Nokia Intellisync Mobile Suite ein modulares System im Portfolio, mit dem sich individuelle Anforderungen umsetzen lassen. Praktisch jedes Gerät auf jeder beliebigen Plattform lässt mit jeder beliebigen Datenquelle, jeder Anwendung oder jedem beliebigen Netzwerk verbinden. Dies bietet dem beratenden Fachhandel beste Möglichkeiten, seinen Kunden nicht nur neue Geräte zu verkaufen, sondern die vorhandenen mit den Optionen der Nokia Intellisync Mobile Suite auszustatten. Die Suite erlaubt unter anderem den sicheren Zugriff auf Firmenanwendungen über ein sicheres Gateway. Sollte ein mobiles Gerät abhanden kommen oder gestoh-

Der Nokia E90 ist nicht nur für Geschäftsleute, sondern auch für den Privatkunden das Büro in der Tasche. Dank seines großen Displays und der vollwertigen Tastatur lassen sich alle Dokumente bearbeiten. HSDPA, Bluetooth 2.0 und W-LAN sorgen für schnelle Internetverbindungen und einfachen Datenaustausch.

len werden, kann dieses gesperrt und gegen Zugriff gesichert werden. Über Intellisync Wireless E-Mail erfolgt die Verbindung beinahe aller mobilen Geräte mit den wichtigsten E-Mail-Servern und ermöglicht so jederzeit den einfachen Zugang zu E-Mails, Kalendereinträgen, Notizen und Aufgabenlisten.

Firmen, die ihren Mitarbeitern den mobilen Zugriff auf E-Mail und Internet gewähren, betreiben in der Regel eigene E-Mail-Server (sogenannte Inhouse-Lösungen) oder lassen die IT-Struktur von Providern betreuen (sogenannte hosted-Lösungen). Aus diesem Grund bietet Nokia nicht nur Lösungen an, die auf die bestehende IT-Infrastruktur aufgesetzt werden, sondern arbeitet mit Partnern zusammen, um das bestehende Angebot auch für kleine Unternehmen umfassender sowie flexibler zu gestalten. Hinzu kommt, dass die laufenden Kosten für die Nutzung der Suite gering sind.

Die Anwendungen von Cortado bieten dem Händler weitere Argumentationshilfen beim Verkauf von Business-Geräten. Unter dem Namen „Cortado“ bietet die Firma ThinPrint ein gehostetes Mobile E-Mail-Angebot auf Basis der Push E-Mail-Lösung Intellisync Wireless Email von Nokia an. Der Vorteil liegt darin, dass der Anwender lediglich ein E-Mail-fähiges Gerät besitzen muss. Somit stehen selbst Einzelpersonen, die nicht über eine eigene IT-Infrastruktur verfügen, umfassende Push-E-Mail-Funktionen zur Verfügung. Zum Monatspreis von rund 20 Euro erhält der Nutzer ein komplettes Basispaket in Form einer gehosteten Mobile

E-Mail-Lösung. Darin enthalten sind Echtzeitsynchronisation von E-Mails, Kontakten, Kalendereinträgen, Aufträgen und Notizen. Neben einem 2 GByte großen Postfach beinhaltet das Angebot einen umfassenden Virenschutz sowie professionelle Spam-Filter.

## Sicherheit für mobile Geräte

Erstmals bietet 7P Mobile in Kooperation mit Nokia und Trend Micro jetzt eine gehostete, integrierte Lösung für das Management und die Sicherheit von mobilen Geräten in Unternehmen an. Mobile Geräte mit den Betriebssystemen Symbian oder Windows Mobile können zentral verwaltet und „over the air“ administriert werden. Die Lösung beinhaltet neben Inventarisierung, Softwareverwaltung und Support ein ausgefeiltes Sicherheitskonzept: von Backup und Restore über Schutz bei Verlust und Diebstahl bis hin zur Intrusion Detection, umfassendem Schutz gegen Malware, integrierter Firewall und Verschlüsselung.

Mit dem Nokia Intellisync Device Management steht eine kosteneffiziente Lösung zur Verwaltung von Geräten über das Mobilfunknetz zur Verfügung. Das System unterstützt eine große Auswahl mobiler Plattformen, darunter Symbian, Windows Mobile und Palm. „Unternehmenskunden bekommen mit Nokia Intellisync Device Management eine flexible Lösung, mit der sie ihre Geräte und Plattformen mobil und sicher verwalten können“, so Gerard Bruen, Director Business Mobility, Central Europe, Nokia.

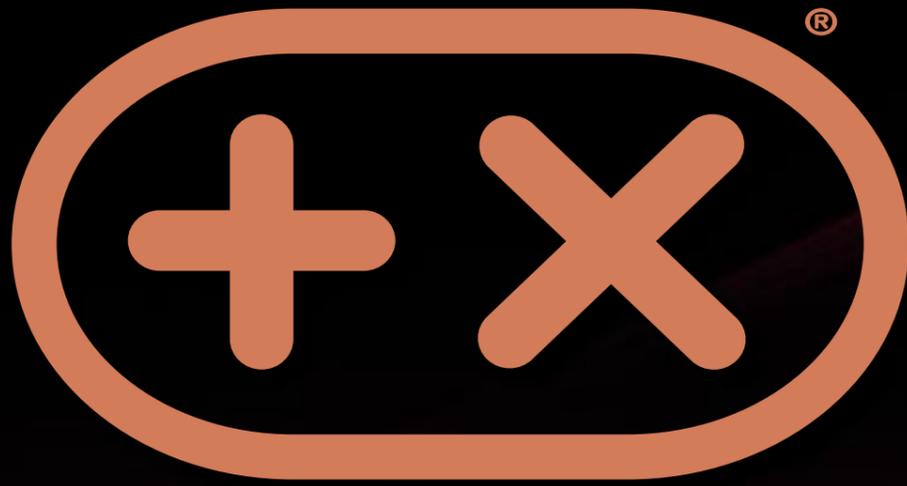
[www.nokia.de](http://www.nokia.de)



UMTS wird zum Treiber der Mobilkommunikation. 2006 gab es erstmals mehr Handyanschlüsse als Einwohner in Deutschland. Ende 2007 stieg die Zahl auf gut 97 Millionen. Ende 2008 soll sie bei rund 107 Millionen liegen. Die Zahl der UMTS-Anschlüsse soll dieses Jahr auf fast 16 Millionen steigen.

**TV  
SPIELFILM**

präsentiert den



**PLUS X AWARD®**



# PLUS X AWARD-NIGHT 2008

## 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 2008? Wer darf eines oder auch mehrere der überaus 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 fulminanten Showeinlagen des mit Spannung erwarteten Gala-Abends in Köln.

Die Plus X Award-Night - am 1. Juni 2008 um 20 Uhr auf



TV.



SAT



### Neue DVB-S-Receiver

Die DVB-S-Receiver SR 110 und SR 120 CI von Hirschmann liefern ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Zu den Ausstattungsmerkmalen gehören beispielsweise 4.500 Programmspeicherplätze, ein elektronischer Programmführer, ein Teletext-Dekoder, ein Timer, ein koaxialer Digitalausgang sowie OTA-Softwareupdate. Der SR 120 verfügt darüber hinaus über einen CI-Steckplatz zum Empfang kodierter Programme mittels entsprechend freigeschalteter Smartcards sowie eine HDMI-Schnittstelle für den Anschluss an moderne Flachbild-Fernsehgeräte. Im Stand-by-Betrieb verbrauchen beide Receiver lediglich 2 Watt. Die Geräte sind mit



einer vorprogrammierten Senderliste für Astra und Hot Bird versehen, die nach Auswahl der Sprache des Bildschirmmenüs sofort zur Verfügung steht. Der elektronische Programmführer ermöglicht eine bis zu vierzehntägige Programmorschau. Über den Timer, der auf den Programmführer zugreift, können acht Sendungen einprogrammiert werden. Der Teletext-Dekoder bietet Speicherplatz für 800 Seiten. Für die Verbindung zu TV-Gerät und Video- oder DVD-Recorder besitzen die Receiver zwei Scart-Buchsen. Der Ton kann entweder über zwei Cinch-Buchsen (Stereo links/rechts) oder über den koaxialen Digitalausgang zum Verstärker bzw. zur HiFi-Anlage weitergeleitet werden. Für den Anschluss von Datengeräten steht eine RS-232-Schnittstelle zur Verfügung.

[www.computer-hirschmann.de](http://www.computer-hirschmann.de)

### SAT-Multischalter im Premium-Segment

Die aus deutscher Fertigung stammende Multischalter-Serie von Polytron wird nach oben mit der Premium Line erweitert. Diese ist speziell für die Verteilung digitaler Signale



konzipiert. Die Produktpalette umfasst hochwertige Einzel-Multischalter, Kaskaden-Multischalter sowie Abzweiger, Verteiler und Verstärker. Mit den Komponenten lassen sich Empfangs- und Verteilanlagen mit einer Versorgung für bis zu 1.000 Teilnehmer realisieren. Die neuen Einzelgeräte der Premium Multischalter zeichnen sich durch eine hohe Entkoppelung der Ebenen und hohe Anpassungswerte aus. Je nach Anforderung kann aus Modellen mit aktivem terrestrischem Zweig sowie aktivem und regelbarem terrestrischem

Zweig gewählt werden. Dabei stehen Multischalter mit neun Eingängen und acht oder 16 Ausgängen sowie ein Modell mit 17 Eingängen und acht Ausgängen zur Verfügung. Alle Geräte der Polytron-Premium Line sind in ihrer Leistungsfähigkeit aufeinander abgestimmt, so dass damit problemlos Empfangs- und Verteilanlagen selbst für HDTV mit bis zu 1.000 Teilnehmern individuell realisiert werden können. Selbstverständlich sind die Geräte der Polytron Premium Line bestens für HDTV geeignet.

[www.polytron.de](http://www.polytron.de)

### Neues Receiver-Update mit PVR-Funktionen

Topfield-Generaldistributor sky vision stellt ein Update sowie eine aktualisierte Bedienungsanleitung für den Topfield TF7700 HSCI bereit. Das Update erweitert den Funktionsumfang des HDTV-Receivers um die Eigenschaften eines digitalen Video-Recorders (PVR). Nach erfolgreichem Software-Update kann man den TF7700 HSCI durch Anschluss einer externen Festplatte über USB als PVR nutzen. So lässt sich die Lieblings-sendung per Knopfdruck sofort oder über den EPG per Timer direkt aufnehmen. Während der Aufnahme können die Zuschauer problemlos einen weiteren Sender oder eine bereits aufgezeichnete Sendung anschauen. Als PVR-Funktionstasten dienen bei bereits ausgelieferten Modellen die Tasten Pause, Rot, Grün, Gelb, Blau und Exit, in Menüs die Tasten V-, V+, P-, P+ und OK.

[www.topfield-sat.de](http://www.topfield-sat.de)

### 2-Wege-Internet mit 2 Mbit/s via Satellit

Schott führt mit Satspeed einen speziell konfigurierten satellitengestützten Internetzugang für eine monatliche Flatrate ab 39,90 Euro mit dynamischer Bandbreite mit Maximalgeschwindigkeiten von bis zu 2.048 kbit/s im Download und von 156 kbit/s im Upload ein. Im Vergleich zu anderen 2-Wege-Diensten setzt Satspeed mit diesen angebotenen Bandbreiten und dem Tarifmodell neue Maßstäbe. Mit einem VoIP-fähigen Endgerät können Kunden zusätzlich über ein Gateway für eine monatliche Flatrate von 9,95 Euro ins Festnetz der EU-Staaten telefonieren. Das System besteht aus einer sendefähigen Ku-Band Satellitenantenne (Größe je nach Standort unterschiedlich), einem Satellitenmodem und nutzt den Eutelsat Tooway Dienst. Dieser basiert auf dem von ViaSat entwickelten SurfBeam DOCSIS



[www.strong.tv](http://www.strong.tv)

## Digitaler Hybrid-Receiver

STRONG SRT 5245

DVB-T und DVB-S  
in einem Gerät.  
Ab sofort lieferbar!

**STRONG**

DIGITAL TV

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

Breitband Satellitensystem. Satspeed wird von der Preisner Kommunikationstechnik GmbH exklusiv über deren Absatzkanäle an den Rundfunk-, Elektrogroß- und Fachhandel vertrieben.

[www.satspeed.de](http://www.satspeed.de)

### Aluminium-Offsetantenne von Wisi

SAT-Hersteller Wisi baut mit der hochwertig verarbeiteten Aluminium-Offsetantenne OA 85 G/H/I seine Spiegelserie Wisi Orbit Topline aus. Die Antenne hat einen Durchmesser von 85 Zentimetern und setzt neue Qualitätsmaßstäbe für den Satellitenempfang. Die OA 85 ist mit einem Parallel-Feedarm ausgerüstet. Der AZ/EL-Halter und der Feedarm sind aus einem Stück gefertigt, aus Stahl, verzinkt und pulverbeschichtet. Wisi hat zudem den AZ/EL Rücken verstärkt. Die Einheit aus Feedarm und Masthalterung ist komplett vormontiert und für die einfache und schnelle Montage ausgelegt. Die OA 85 eignet sich für Masten zwischen



32-80 Millimeter Durchmesser. Zwei Mastschellen sorgen für festen Halt. Eine Einstellskala für Elevationswinkel von 0-90° ist bereits im Tragarm eingepreßt. Die Aluminium-Druckguss Feedhalterung hat 40 Millimeter Durchmesser. Wisi liefert die OA 85 in den Farben Lichtgrau (G), Graphitgrau (H) und Rotbraun (I) aus. Trotz ihrer robusten und stabilen Bauweise ist die neue Offsetantenne mit nur 5,8 Kilogramm sehr leicht. Die OA 85 lässt sich ohne Probleme für den Multifeedempfang erweitern und hat bereits zwei im Feedarm integrierte 8-fach-Kabelhalter.

[www.wisi.de](http://www.wisi.de)

PC erleichtert das Überspielen von Filmen zum Zweck der Archivierung. Die 80-GB-Festplatte des skyplus 320 PVR bietet ausreichend Platz für viele Stunden Film. Darüber hinaus verfügt der moderne Satellitenreceiver über ein alphanumerisches Display.

[www.skyplus.de](http://www.skyplus.de)

### TechniSat vermarktet Premiere Thema

TechniSat startet mit der Vermarktung des Programmpaketes Premiere Thema auf dem DigitalSat-Receiver DIGIT MF4-S.

Die 16 TV-Sender und sieben Audiosender von Premiere Thema sind ab sofort auf dem DIGIT MF4-S mit der TeviStar-SmartCard empfangbar, die allen seit dem 1. Februar



2008 ausgelieferten Geräten vom Typ DIGIT MF4-S kostenfrei beiliegt.

[www.technisat.de](http://www.technisat.de)

### skyplus 320 PVR mit 80-GB-Byte-Festplatte

sky vision erweitert sein Angebot um den Festplattenreceiver skyplus 320 PVR für Satellitenempfang. Die USB-Schnittstelle zum Anschluss an den

### SAT-Fernsehen erreicht 16,7 Mio. Haushalte

Astra Deutschland hat die Zahl der über Astra-Satelliten versorgten digitalen TV-Haushalte in Deutschland im Jahr 2007 um weitere 1,72 Millionen auf 9,75 Mio. Haushalte um 21,5 Prozent steigern können. Damit bleibt Astra die treibende Kraft und führende Infrastruktur beim Digitalfernsehen in Deutschland. Insgesamt wurden in Deutschland für das vergangene Jahr 36,98 Millionen analoge und digitale TV-Haushalte gezählt. Die Zahl der Satellitenhaushalte liegt bei 16,7 Millionen. 45 Prozent aller Fernsehhaushalte werden direkt über Satellit versorgt. Das Kabel beliefert 17,9 Millionen TV-Haushalte (48,4 Prozent), das terrestrische Fernsehen wird in 2,3 Millionen (6,3 Prozent) Fernsehhaushalten gesehen. Während das Kabel im Jahr 2007 einen Rückgang um 0,6 Millionen Haushalte verzeichnete, konnte DVB-T um 0,4 Millionen Haushalte zulegen. Dies sind die Ergebnisse des aktuellen „Satelliten Monitors“, den das Marktforschungsinstitut TNS Infratest im Auftrag von SES Astra alljährlich durchführt. Für die Untersuchung wurden Ende des vergangenen Jahres deutschlandweit 6.000 telefonische und persönliche Interviews durchgeführt.

Für den Fachhandel sind diese Zahlen interessant, da sich rund um das SAT-Geschäft neue Kunden und Umsatzpotentiale erschließen lassen. Mit einem Zuwachs von 23,1 Prozent ist die Zahl der Digital-Haushalte im vergangenen Jahr angestiegen und liegt bei 15,61 Millionen TV-Haushalten. Damit versorgt der Satellit bundesweit zwei Drittel aller digitalen Haushalte. Der digitale Satellit ist für 63,3 Prozent (9,88 Millionen Fernsehhaushalte) der bevorzugte Empfangsweg, was einem Plus von 20,9 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. Über Kabel werden 3,6 Millionen TV-Haushalte (23,1 Prozent) digital versorgt; ausschließlich digital terrestrisch empfangen 2,06 Millionen TV-Haushalte (13,2 Prozent) ihre Programme. Über die DSL-Leitung empfangen aktuell 0,05 Millionen TV-Haushalte digitales Fernsehen (0,3 Prozent) im Vergleich zu 0,04 Millionen Haushalten in 2006. Der Anteil der analogen TV-Haushalte ist rückläufig und liegt derzeit bei 21,4 Millionen.

„Nachdem die Umstellung auf digitale Empfangsmöglichkeiten in vielen Regionen voranschreitet, entscheiden sich immer mehr Zuschauer für den TV-Empfang via Satellit. Mit einem Zuwachs um mehr als 20 Prozent gegenüber dem Vorjahr erweist sich der Satellit als eindeutiger Motor der Digitalisierung“, sagt Wolfgang Elsäber, Geschäftsführer Astra Deutschland. „Entsprechend haben wir unser Angebot im vergangenen Jahr weiter ausgebaut und bieten unseren Kunden derzeit 374 digitale TV-Kanäle an.“

[www.astra.de](http://www.astra.de)

**Yato: DSL mit Rückkanal über Satellit**

# yato TriplePlay schließt Versorgungslücken



Obgleich sich DSL als Breitbandverbindung ins Internet mittlerweile zum Standard entwickelt, sind viele Gebiete in Deutschland von dieser Versorgung abgeschnitten, da die Kabelinfrastruktur nicht vorhanden ist. yato TriplePlay schafft Abhilfe und liefert Internet, Fernsehen und Telefonie via Satellit inklusive Rückkanal über eine SAT-Schüssel.

In mehr als drei Millionen deutschen Haushalten ist immer noch kein DSL verfügbar. Betroffene Privatanwender müssen auf breitbandiges Internet verzichten. Für Unternehmen bedeutet die fehlende Infrastruktur einen echten Standortnachteil. Die Bundesregierung hat daher angekündigt, die flächendeckende Breitbandversorgung voranzutreiben.

Da sich für die meisten flächendeckenden Lösungen jedoch zunächst die ganze Kommune auf ein gemeinsames Modell verständigen muss, sind damit oft lange Wartezeiten verbunden. Dabei können mit der Breitband-Kommunikation über Satellit schon jetzt die Kundenwünsche nach DSL- und kompletten TriplePlay-Diensten auch in ländlichen Regionen zuverlässig, einfach und individuell erfüllt werden. Mittels yato TriplePlay können auch Privathaushalte und kleinere Unternehmen in Gebieten, in denen



Roberto Blickhan: „Mit unseren neuen Angeboten hat vor allem der Handel in ländlichen Gebieten neue Absatzchancen. Unsere Lösung ist von Drittanbietern unabhängig, und wir garantieren eine Verfügbarkeit von 99 Prozent, was besonders für den Telefonanschluss wichtig ist.“

DSL bislang nicht verfügbar ist, die Vorzüge eines breitbandigen Internetzugangs nutzen. yato TriplePlay umfasst High-Speed-Internet, Telefonie sowie Digital-TV und -Radio. Sowohl beim Empfangen als auch beim Senden kommuniziert yato TriplePlay via Satellit. Der klassische Telefonanschluss wird überflüssig.

Basis des yato-Systems bildet ASTRA2Connect. Es ist eine technische Plattform für 2-Wege-

Internet über Satellit, welche von Yato für den Betrieb der yato TriplePlay-Dienste im Rahmen einer Kooperation mit der SES ASTRA genutzt wird. Der Internetzugang über ASTRA2 Connect ist ebenso sicher, wie jede andere kabelgebundene Internetverbindung. Dabei kommt die ASTRA2 Connect2-Wege-Satelliten-Verschlüsselung zum Einsatz, mit der die Datenpakete im Satelliten-IP-Modem beim Empfangen und Senden verschlüsselt werden.

## Vermarktung über den Fachhandel

„Wir setzen bei der Vermarktung unserer Satelliten-gestützten TriplePlay-Lösung in erster Linie auf den Fachhandel“, so Roberto Blickhan, Geschäftsführer der Yato Deutschland GmbH. „Zu diesem Zweck bieten wir ein Komplettpaket bestehend aus SAT-Spiegel, LNB's und dem zugehörigen Modem an. Dieses kann der jeweilige Handelspartner dann direkt vor Ort bei seinem Kunden installieren.“

Um dem Handel den Aufbau und

Ab sofort kann man auch in Gebieten, wo bislang keine DSL-Versorgung möglich war, mit bis zu 1.024 KBit/s im Internet surfen oder VoIP nutzen. yato TriplePlay ermöglicht das gleichzeitige Telefonieren, Fernsehen sowie den Internetbetrieb über nur eine Satellitenschüssel.

die Einrichtung von yato TriplePlay zu erleichtern, ist die Satellitenanlage vorkonfiguriert. Der Kunde kann gemäß seiner spezifischen Bedürfnisse zwischen Tarifen mit unterschiedlicher Bandbreite für Download (bis zu 1.024 kbit/s) und Upload (bis zu 128 kbit/s) wählen. Unternehmen bietet Yato mit „yato DSL business“ in Kürze einen zusätzlichen Tarif für den professionellen Einsatz: Die maximalen Bandbreiten betragen 2.048 kbit/s für den Download und 128 kbit/s für den Upload.

„Wer gleichzeitig den Internet- und Fernsehbetrieb über Satellit fahren möchte, benötigt keine zweite Schüssel“, so Blickhan. „Dazu wird die Satellitenanlage einfach mit einem zweiten Empfänger (LNB) für den Empfang des Satelliten ASTRA 1b auf 19 Grad Ost ausgestattet.“

Auch VoIP-Telefonie ist via yato TriplePlay möglich. Alle Tarife umfassen eine High-Speed-Internet-Flatrate ohne Zeit- oder

Volumenbeschränkung, eine persönliche Telefonnummer sowie über 340 analoge und digitale Free-TV- und mehr als 260 Free-Radioprogramme. Außerdem können 74 Pay-TV- und 25 kostenpflichtige Radioprogramme über die jeweiligen Anbieter empfangen werden.

## VoIP via Satellit

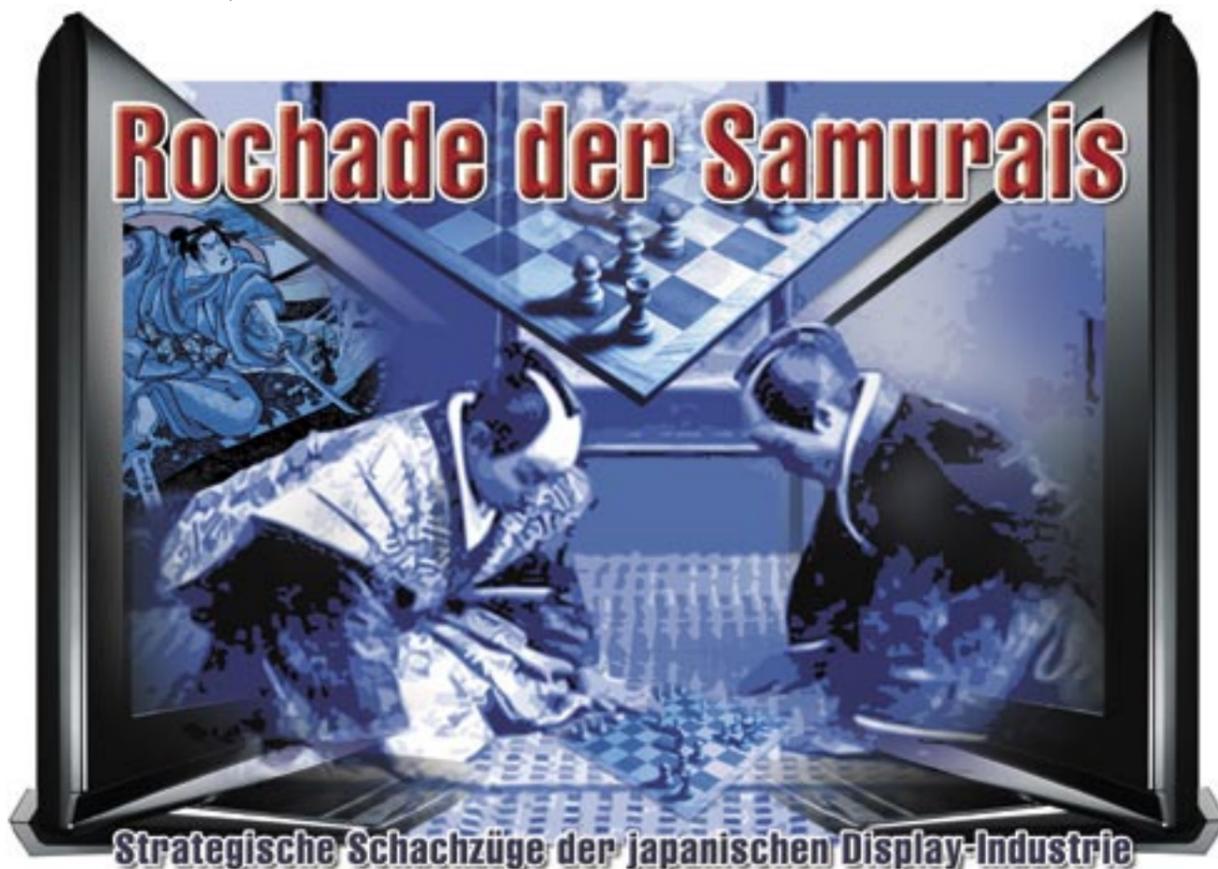
Mit yato TriplePlay telefonieren Kunden in erstklassiger Qualität und zu besonders günstigen Preisen über das Internet. Im Gegensatz zur konventionellen VoIP-Telefonie stellt Yato eine gesonderte Bandbreite nur für Telefonie ergänzend zur DSL-Bandbreite zur Verfügung. Frühere Qualitätseinschränkungen von VoIP sind mit dieser neuen Technologie nicht mehr vorhanden und der Kunde merkt gar nicht, dass die Gespräche über einen Satelliten weitergeleitet werden und nicht über das Festnetz.

[www.yato.de](http://www.yato.de)

Durch die innovative ASTRA2Connect 2-Wege-Internettechnik kann man mit der yato TriplePlay-Satellitenschüssel sowohl Empfangen als auch Senden. Anders wie bei der bisherigen 1-Wege-Technik benötigt man daher keine zusätzliche Internetverbindung über eine Telefon- oder Kabelleitung als Rückkanal. Zum Betrieb sind eine 75 cm große Satellitenschüssel mit einem interaktiven LNB für den Internetzugang und einem zusätzlichen LNB für Digital-TV sowie ein Satelliten-IP-Modem, das den Internetzugang steuert, notwendig.



Die Satellitenschüssel des yato TriplePlay-Systems dient sowohl als Sender als auch Empfänger, weshalb für den Internet-Betrieb nur eine Schüssel notwendig ist. Wer zusätzlich per Satellit fernsehen möchte, braucht lediglich ein zweites LNB zu installieren.



**In immer schnellerer Folge wird über neu vereinbarte Beteiligungen und Partnerschaften aus dem Bereich der japanischen Display-Industrie berichtet. Die Meldungen sind ein deutlicher Indikator für wesentliche Veränderungen im Kräfteverhältnis der führenden Unternehmen der Branche. Der TV- und Display-Markt wächst mit atemberaubender Geschwindigkeit und die Akteure versuchen,**

**sich günstige Positionen für seine Aufteilung zu sichern. Mit höchstmöglicher Qualität und modernsten Technologien allein wird es den Japanern auf Dauer nicht gelingen, sich gegen preisgünstigere Konkurrenten zu behaupten. Deshalb werden japanische Hersteller beim Handel zusätzlich mit selektiver Vertriebspolitik, interessanten Margen, guter Logistik und leistungsfähigem Service punkten (müssen).**

### Die Strategien des METI

Um bei den Umschichtungen von Beteiligungen und Besitzverhältnissen innerhalb der japanischen Elektronikindustrie die Übersicht über das „wer mit wem und womit?“ zu gewinnen, müssen selbst Fachleute Organigramme zur Hilfe nehmen. Japan-Insider erkennen die unsichtbaren Fäden des „METI“ („Ministry of Economy, Trade and Industry“) und seinen regieführenden Masterplan. Das METI koordiniert Entscheidungen und Aktivitäten japanischer Industrie-Unternehmen und Banken im Interesse der Gesamtwirtschaft und des Wohls der nationalen Gemeinschaft. Die erforderliche Autorität erwächst sowohl aus gesetzlichen Befugnissen wie hoher Kompetenz und gewachsener Hierarchie. 2002 formulierte das japanische Wirtschaftsministerium „Sechs Strategien zur Revitalisierung der Wettbewerbsfähigkeit Japans“. Darin betont das METI, dass sich die technologie-basierte Wirtschaft Japans nur durch Einsatz fortschrittlichster, für die Konkurrenz schwer zu imitierender Technologien im Wettbewerb behaupten kann. Grundvoraussetzungen seien die schnellere Anpassung von Managementstrukturen und Wirtschaftsgesetzgebung an die Erfordernisse der Globalisierung und des technologischen Fortschritts, der Rückbau hoher Kostenstrukturen und die Fokus-

sierung auf Kernkompetenzen und Geschäfte mit hoher Wertschöpfung.

### Neue IPS-Tochter in Tschechien

Das 2005 in Mobarra, Japan, als Joint-venture der Elektronik-Unternehmen Hitachi, Panasonic und Toshiba gegründete Unternehmen IPS-Alpha Technology Ltd. stellt „In Plane Switching LCD-Panels“ her. Die von Hitachi entwickelten IPS-Panels zeichnen sich durch besonders weite Betrachtungswinkel, ein hohes Kontrastverhältnis, sehr kurze Reaktionszeiten, natürlichere Farbdarstellung und geringeren Energieverbrauch aus. Im Juni 2006 wurde in Tschechien die Tochtergesellschaft IPS Alpha Technology Europe s.r.o. gegründet und nahe der Stadt Zatec eine Produktionsstätte für 1.500 Mitarbeiter errichtet. Matsushita, Toshiba und Hitachi stellen in Tschechien mit IPS-Panels bestückte 32-Zoll LCD-TV-Geräte für den europäischen Markt her. Ende 2008 soll die jährliche Produktionskapazität 5 Millionen Einheiten betragen. Die Anzahl der Mitarbeiter in Tschechien soll sich bis 2013 auf 4.100 erhöhen.

### Hitachi, Canon und Panasonic kooperieren

Zum Jahresende 2007 haben die japanischen Hersteller Hitachi, Canon und Panasonic eine enge

Kooperation bei der Weiterentwicklung und Herstellung der von Hitachi entwickelten In-Plane Switching LCD-Panels (IPS) vereinbart. Die drei Unternehmen betreiben bereits zusammen mit Toshiba das Joint-venture IPS Alpha Technology zur Herstellung von IPS-Panels. Hitachi bringt sein Know-how im Bereich In-Plane-Switching in die Partnerschaft ein. Canon ist ein Technologieführer in den Bereichen Kameratechnik, Drucker und Medizingerätetechnik. Panasonic gehört zum engeren Kreis der weltweit führenden Flach-TV-Anbieter.

### IPS baut LCD-Fabrik der achten Generation

Mitte Februar 2008 hat IPS Alpha Technology Ltd. den Bau einer neuen LCD-Panel-Fabrik der achten Generation (8G) bekanntgegeben. Der Baubeginn ist für August dieses Jahres geplant. Ab 2010 sollen im japanischen Himeji bei voller Produktionsauslastung jährlich 15 Millionen In-Plane-Switching-Pro-Module (IPS-Pro LCD-Panels) hergestellt werden können, vorwiegend für LCD-TVs. Die Panel-Kapazität von IPS Alpha wird sich damit von 6 Millionen Stück in 2008 auf 21 Millionen 32-Zoll-Panels erhöhen. Die Baukosten für die neue 8G-Fabrik werden mit 1,9 Mrd. Euro beziffert. Der CO<sub>2</sub>-Ausstoß werde im Vergleich zu aktuellen Fabriken

um 25 Prozent niedriger liegen, teilt IPS Alpha mit. Der Panel-Hersteller, an dem Hitachi, Panasonic, Toshiba und bald auch Canon beteiligt sind, will zukünftig auch OLED-Panels entwickeln, die ebenfalls in Himeji produziert werden könnten.

### Panasonic erwirbt Hitachi Display Anteile

Laut eigenen Verlautbarungen erwirbt Panasonic am 31.03. dieses Jahres 24,9 Prozent der Unternehmens-Anteile von Hitachi Displays. Außerdem wird Panasonic seine Beteiligung an dem Panel-Hersteller IPS Alpha Technology von bisher 30% auf nun 45% erhöhen und in den Bau der neuen IPS-LCD Fabrik in Himeji, West-Japan, investieren. Mit diesen Maßnahmen intensiviert Panasonic seine Aktivitäten im LCD-Bereich und verfolgt weiterhin die Strategie, bei großformatigen Flachbild-TVs ab 37 Zoll auf Plasma-Technologie und bei kleineren Bildgrößen bis 37 Zoll auf LCD-Technologie zu setzen. Schon Ende Dezember wurde bekannt, dass Canon und Matsushita jeweils ein Viertel der Anteile (24,9 Prozent) der Hitachi-Tochter Hitachi Displays übernehmen wollen. Zuvor mussten diesen Plänen noch die Aufsichtsbehörden zustimmen. Die drei Unternehmen wollen ihr Know-how bei Forschungen und Weiterentwicklungen im Bereich der LCD- und OLED-Technologie bündeln. Von kompetenten Fachleuten werden Organic Light Emitting Diodes als der next generation Display-Standard angesehen.

### Sony/Sharp-Joint-venture verändert LCD-Markt

Am 26. Februar gaben Sharp und Sony bekannt, dass sie Sharps neue, im Bau befindliche LCD-Fabrik in Sakai, Osaka, als gemeinsames Joint-venture betreiben wollen, welches beide Partner mit LCD-Panels beliefert. Sharp wird 66 Prozent und Sony 34 Prozent Anteile des Gemeinschaftsunternehmens halten. Die von Sony und Sharp unterzeichnete Absichtserklärung verändert nach Meinung des Marktforschers DisplayBank nachhaltig die Situation im Bereich der LCD-Industrie. Statt eines Wettbewerbs von Sony und Samsung gegenüber Sharp ergibt sich jetzt die Konstellation Sony und Sharp gegen Samsung, sagen die koreanischen Analysten. 2004 lag Samsung hinter Sharp, Sony und Philips noch auf Platz vier im weltweiten Ranking der LCD-TV-Anbieter, hatte aber 2006 schon die Marktführung

übernommen und diese 2007 ausgebaut. Damit löste das koreanische Unternehmen kräftigen Gegenwind aus Japan aus: Die Gründung des LCD-Panel-Herstellers IPS-Alpha Technology Ltd. als Gemeinschaftsunternehmen von Hitachi, Panasonic, Toshiba und in Kürze Canon wurde durch eine Initiative der japanischen Regierung angeregt, um Japans Position im Flach-TV-Markt zu stärken. Der Einstieg von Sony bei Sharp wird laut DisplayBank weitere strategische Allianzen zwischen TV-Anbietern und Panel-Produzenten zur Folge haben und ein schnelleres Wachstum bei LCD-TVs mit 50 Zoll Bildgröße und höher begünstigen.

### Sharp und Toshiba kooperieren bei LCD-Panels

In einer Ende Dezember verbreiteten Pressemitteilung kündigten die japanischen Technologiekonzerne Sharp und Toshiba zwecks Verbesserung der Wettbewerbsfähigkeit eine zukünftige Kooperation im Bereich der Liquid Crystal Displays (LCD) an. Der Vereinbarung nach wird Toshiba von Sharp



LCD-Panels mit einer Größe von 32 Zoll und größer beziehen. Sharp wird zur Herstellung seiner LCD-TV-Geräte verstärkt Halbleiter-Chips und Bauteile von Toshiba beziehen. Wie die japanische Wirtschaftszeitung „Nikkei“ berichtete, wird Toshiba ab dem Fiskaljahr 2009 voraussichtlich von IPS Alpha keine LCD-Panels mehr beziehen und erwägen, seine 15 prozentige Beteiligung an IPS Alpha Technology Ltd. an Panasonic zu verkaufen.

### Pioneer gibt Plasma-Produktion auf

Wie Anfang März bekannt wurde, beabsichtigt der japanische Elektronik-Hersteller Pioneer, seine eigene Plasma-Panel-Produktion zum Ende des Geschäftsjahres 2008 einzustellen. Zwecks Verbesserung der Kostensituation und Stärkung der Wettbewerbsfähigkeit auf dem Flach-TV-Markt, will Pioneer die für die Herstellung seiner Flach-TVs benötigten Plasma-Panels bei Panasonic beziehen. Deshalb werden in Japan zukünftig nur noch Panasonic und Hitachi Plasma-Panels produzieren.

**Panasonic**  
ideas for life



## DER ALLESKÖNNER: DVD FESTPLATTEN RECORDER MIT JUKEBOX

Erleben Sie hervorragende Aufnahme- und Wiedergabequalität, Musikgenuss sowie ein Maximum an Kompatibilität: Neben der Super-Multiformataufnahme auf alle DVD-Formate können Sie dank der integrierten „Jukebox“ schnell und einfach Ihre Musik CDs in 12-facher Kopiergeschwindigkeit in unkomprimiertem LPCM auf die Festplatte kopieren. Die Album-, Interpreten- und Titelinformationen sind bereits auf der vorinstallierten Gracenote®-Datenbank auf der Festplatte hinterlegt. Über HDMI genießen Sie eine optimale Bildauflösung in 1080 Zeilen, Full HD – und das bei einer Tonqualität, die einer Legende würdig ist.

**JEDER MOMENT ZÄHLT.**

Gewinnen Sie mit  
**Panasonic** und **WURLITZER**  
3 Jukebox-Klassiker „One More Time CD“  
im Wert von je 8.000 Euro. Machen Sie mit  
und registrieren Sie sich unter:  
[www.panasonic.de/jukebox](http://www.panasonic.de/jukebox)  
Teilnahmeschluss ist der 30.06.2008



**DIGA**

panasonic.de

## Funai: Neue Kooperation mit JVC im Bereich LC-Displays

# Ausbau des Portfolios

Die 1961 in Osaka gegründete Funai Electric Co. Ltd. hat seit 1980 mit der Funai Europe GmbH ihre Europazentrale in Deutschland. Mittlerweile ist das Unternehmen weltweit der sechstgrößte Produzent von LCD-Fernsehern. Mit neuen Displays, VCR/DVD/Festplatten-Recordern und MP3-Technologie will Deutschland-Chef Kiyoji Katakawa die Marktposition stärken.

Der deutsche Markt hat für Funai große Bedeutung und hat maßgeblich zu den positiven Ergebnissen der jüngsten Zeit beigetragen. Basis des Erfolgs ist ein Produktportfolio, das zuverlässige Technik auf neuestem Stand mit

attraktiven Preisen verbindet. Dabei zeichnen sich die Produkte nicht nur durch ihr Preis-/Leistungsverhältnis, sondern auch durch ihr Design aus. Jetzt hat Funai eine strategische Kooperation mit JVC im Bereich LCD

geschlossen. Dabei ist diese Partnerschaft nicht zufällig entstanden. „Die Kooperation zwischen Funai und JVC ist von beiden Seiten ein gut durchdachter Schritt, der für alle Beteiligten mehrere Vorteile mit sich bringt. Funai ist mit einer enorm starken Massenproduktionsmaschinerie ausgestattet, die es ermöglicht, auf die ständig wechselnden Anforderungen unserer Zeit zu reagieren – und zwar just in time“, erläutert Kiyoji Katakawa, Geschäftsführer der Funai Europe GmbH.

„Während Funai seine Produktionsstätte in Polen mit in die Kooperation bringt, verfügt JVC mit seiner Mexico-Factory über einen ebenfalls optimalen Standort. Ähnlich verhält es sich mit den Produkten und deren Preisgestaltung. JVC hat sich in den mittelgroßen und großen LCD-Formaten durchgesetzt, während Funai in den kleineren Segmenten zu den führenden Herstellern gehört. Auch die internationale Marktverteilung zeigt, wie hervorragend sich beide Unternehmen ergänzen. Funai mit einer enor-



Kiyoji Katakawa: „Durch die neue Kooperation werden wir unsere Marktposition weiter ausbauen und gemeinsam mit JVC zehn Prozent des weltweiten LCD-Marktes gewinnen können. Funai wird bald mit 37- und 42-Zoll-Displays auf den Markt kommen und JVC kleinere Modelle in sein Portfolio aufnehmen.“

men Stärke in den USA und JVC mit großem Erfolg in Japan und Europa“, so Katakawa weiter.

### Starke Marktposition

Für beide Unternehmen bedeutet die Zusammenarbeit eine Stärkung der Marktpositionen. „Durch diese Kooperation werden wir unsere Marktposition weiter ausbauen und gemeinsam mit JVC zehn Prozent des weltweiten LCD-Marktes gewinnen können“, ist sich Kiyoji Katakawa sicher. „Derzeit halten wir zusammen – mit 2,7 Millionen verkaufter LCD-Einheiten seitens Funai und 1,1 Millionen seitens JVC – 5,3% des gesamten LCD-Marktes. Wir reden hier für beide Seiten von einer eindeutigen Win-Win-Situa-

tion.“ Ein weiterer Vorteil der Konstellation ist die optimale Auslastung der Produktionskapazitäten beider Firmen. „Es treffen hier die hohe Produktionskapazität von Funai und die bewährte Technologie sowie die hohe Markenwiedererkennung von JVC aufeinander. Wir werden in dieser Konstellation unsere Produktionskapazitäten auslasten können und gegenseitig unser Produktportfolio ergänzen. So ist geplant, dass Funai bald mit den großen Bildschirmdiagonalen 37 und 42 Zoll auf den Markt kommt und JVC kleinere Modelle in sein Portfolio aufnimmt. Im Bereich technischer Entwicklungen werden wir von den Erfahrungen unseres Partners profitieren.“ [www.funai.de](http://www.funai.de)



Der 19-Zoll LCD-TV LT6-M19WB wird ab April in den Trendfarben Schwarz und Weiß erhältlich sein. Das Display im 16:9-Format ist mit einer HDMI-Schnittstelle und Euro AV-Eingang ausgestattet. Darüber hinaus verfügt der LT6-M19WB über jeweils einen DVB-T-Analog- und Multinorm-Tuner.

## Expert: Flat TV's sind der Markttreiber

# 10 Prozent mehr Umsatz

Die expert AG, Fachhandelskooperation für Consumer Electronics, Kommunikations- und Hausgerätechnik, sieht für das laufende Geschäftsjahr eine positive Umsatzentwicklung voraus. Großen Anteil an dieser Entwicklung haben die Händler mit ihrer Kundenorientierung.

Die expert AG ist der Zusammenschluss von rund 230 selbständigen Händlern mit insgesamt etwa 410 Fachgeschäften und Fachmärkten aus der weißen und braunen Ware. Wie auch in den letzten beiden Jahren sind im Bereich Consumer Electronics Flat-TV's der Markttreiber. „Wir rechnen für das laufende Jahr mit einem Umsatzzuwachs von zehn Prozent“, so Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG. „Der Absatz von LC-Displays im Fernsbereich wird durch die Fußball EM und die Olympischen

Spiele weiter angekurbelt.“ Darauf zielt auch die „Sportsommer-Kampagne“ von expert ab. Bei den Segmenten Kommunikation und Hausgeräte zeichnen sich ebenfalls positive Trends ab. „Die Kundenorientierung der expert-Fachhändler und das Flächenwachstum der Fachmärkte der Gesellschafter waren der Grund-

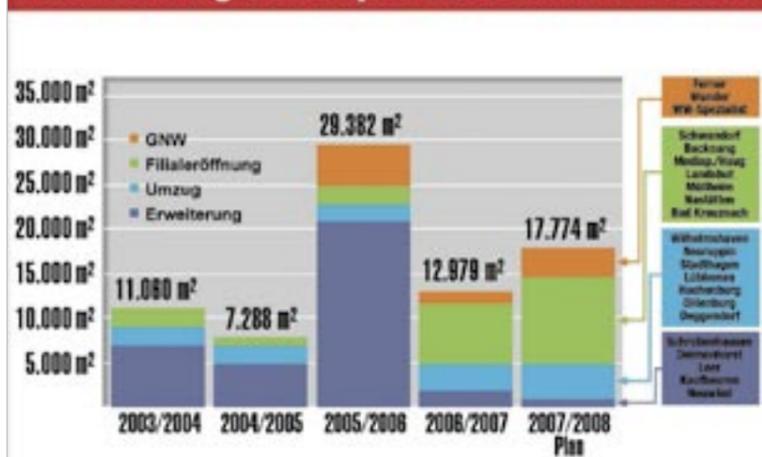


Volker Müller: „Die Kundenorientierung und das Flächenwachstum der Fachmärkte der Gesellschafter bildeten die Voraussetzung für die erfolgreiche Entwicklung der expert-Kooperation.“

stein für die erfolgreiche Entwicklung der Kooperation“, erläutert Müller. Auch der Eintritt neuer Gesellschafter wie der Firma Schellhammer in Singen haben hieran maßgeblichen Anteil. Die expert Handels GmbH betreibt inzwischen elf Fachmärkte als Eigenbetriebe mit durchschnittlich 1.400 qm Verkaufsfläche und insgesamt 260 Mitarbeitern. Weitere Eröffnungen sind von Oktober 2008 an geplant.

Das Programm „Personalentwicklung“ mit Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten wird von den Mitgliedern gut angenommen. Die „expert Akademie“ mit unterschiedlichen Aus- und Weiterbildungslehrgängen wie „Arbeitsrecht“, „Zeitmanagement“, „Führungstraining“ sowie „Kundenorientierte Mitarbeiterführung“ findet genauso regen Zuspruch wie die Einstimmung neuer Mitarbeiter auf die expert-Unternehmensphilosophie. Vor dem Hintergrund der optimistischen Zukunftsprognose wird

## Entwicklung der expert Flächenzuwächse



die expert AG in ihrer Zentrale in diesem Jahr zusätzliche Ausbildungsplätze schaffen. Das neu aufgelegte expert-Partnersystem, mit dem die Kooperation durch Neugründungen weitere Gesellschafter gewinnen will, ist ebenfalls erfolgreich angelaufen. „Mit diesem Programm unterstützen wir künftige Unternehmer bei der Eröffnung und Führung von Fachmärkten“, so Volker Müller. „Die ersten Gespräche in dieser Richtung sind erfolgreich abgeschlossen worden, und der erste Standort wird voraussichtlich im November dieses Jahres eröffnet.“ Global ist die Kooperation mit Expert International gut aufgestellt. In Europa nimmt diese nach

Media/Saturn und Euronics mit rund 7 Mrd. Euro Umsatz den vierten Platz ein. Nach dem Ergebnis der Zeitschrift „Test“ der Stiftung Warentest „Mit expert gut beraten“ erhielt die Kooperation jetzt erneut eine Auszeichnung. Die Frühjahrstagung in Hannover war mit nahezu 800 Teilnehmern gut besucht, die über 75 Prozent der Gesellschafter repräsentierten. Seine Europa-Premiere hatte der auf der CES in Las Vegas erstmals präsentierte „Ultra Thin“ von Hitachi. Das Gerät mit einer Bildschirmtiefe von 35 mm, also einem Drittel der konventionellen LCD-Bildschirmtiefe, soll im Mai auf den Markt kommen. [www.expert.de](http://www.expert.de)



## LCD-TV-Markt verdoppelt sich bis 2012

Laut Prognosen des Marktforschungs-Unternehmens iSuppli wird sich der weltweite Markt für Flachbild-TV-Geräte mit LCD-Panels bis zum Jahr 2012 nahezu verdoppeln. Der Untersuchung nach rechnet iSuppli für das laufende Geschäftsjahr mit 100 Millionen verkauften LCD-Fernsehern weltweit. Für die nachfolgenden Jahre bis 2012 legt iSupply eine jährliche Steigerungsrate von 67 Prozent weltweit zugrunde. Die kontinuierliche Nachfragerhöhung wird nach Meinung des iSuppli Analysten Riddhi Patel durch drei Faktoren gesteuert: den Umstieg von schweren, voluminösen Röhrengeräten auf Flach-TV-Geräte, die zunehmende Verbreitung des hochauflösenden Fernsehens und die sinkenden Verkaufspreise für Flach-Fernsehgeräte. Spitzenreiter bei den Absatzsteigerungen wird laut iSuppli China sein. Für Europa und Nordamerika geht der Analyst von einem Anstieg um 10 bis 13 Prozent jährlich aus. Der Anteil an Fernsehgeräten mit High Definition Auflösung soll bis 2012 auf 54 Prozent anwachsen.

## LGE kauft bei Sharp LCD-Panels

Wie die Nachrichtenagentur „Reuters“ meldet, wird der koreanische Elektronikonzern LG Electronics eine größere Menge LCD-Panels bei seinem japanischen Konkurrenten Sharp einkaufen. Laut dem Reuters Bericht plant LGE, von dem japanischen Technologiekonzern etwa zwei Millionen 32-Zoll-Displays und eine nicht genau spezifizierte Anzahl 52-Zoll-Displays zu beziehen, um die starke Nachfrage seiner eigenen Kunden nach LCD-Fernsehern bedienen zu können. Die Panel-Lieferungen von LG Display, einem ursprünglichen Joint-venture von LG Electronics und Philips Royal, reichen laut Angaben von Unternehmenssprechern nicht aus, um das für das laufende Jahr angestrebte Verkaufsziel von 14 Millionen LCD-Fernsehern realisieren zu können. Über das finanzielle Gesamtvolumen des mit Sharp vereinbarten Geschäfts wurde bisher nichts bekannt.

## LGE intensiviert LCD-Panel-Einkäufe in Taiwan

Wie aus industrienahen Kreisen verlautbart, wird LG Electronics (LGE) seine LCD-Panel Zukäufe von taiwanesischen Herstellern verstärken: Von den aus Korea zu erwartenden Aufträgen hoffen in Taiwan vor allem AU Optronics (AUO), Chi Mei Optoelectronics (CMO) und Chunghwa Picture Tubes (CPT) zu profitieren. Zur Herstellung seiner LCD-TV-Geräte bezieht LGE bereits rund 60 Prozent der gesamten Panel-Produktion des zusammen mit Philips gegründeten Gemeinschaftsunternehmens LG.Philips Display (ab Juni 2008: „LG Display“) und kauft in diesem Jahr erstmals zusätzlich LCD-Panels bei dem japanischen LCD-Technologie-Unternehmen Sharp ein. Laut den Berichten beabsichtigt LGE, bei CPT und CMO 32-Zoll LCD-Panels einzukaufen und parallel dazu von AUO Panels mit 32 und 37 Zoll Bild-diagonale zu beziehen. Der weltweite Absatz an LCD-TV-Geräten soll laut den

Prognosen der Marktforscher im Jahr 2008 die Größenordnung von 100 Millionen Stück erreichen. Für das laufende Jahr hat sich LG Electronics den Verkauf von 14–15 Millionen LCD-TVs zum Ziel gesetzt. Das ist ein höherer geplanter Marktanteil, als die je 13–14 Millionen LCD-TVs, die Philips und Sharp in 2008 verkaufen wollen, die 2007 die Plätze drei und vier in der Rangliste der größten LCD-TV-Hersteller belegten. Mit 6,8 Millionen verkaufter Geräte lag LGE im Jahr 2007 auf Platz fünf, konnte aber mit 100 Prozent Zuwachs das zweithöchste Wachstum hinter dem Marktführer Samsung Electronics für sich verbuchen. Gelingt es LGE, seine aggressiv verfolgten Vertriebsziele zu verwirklichen, würde das koreanische Unternehmen am Jahresende der drittgrößte LCD-TV-Hersteller weltweit sein.

## LG Display investiert bei HannStar

Der taiwanesische LCD-Panel-Hersteller HannStar Display hat den Erhalt einer Investitions-Beteiligung des koreanischen Unternehmens LG Display (bisher LG.Philips Display) in Höhe von 130 Millionen US-Dollar bestätigt. Im vergangenen Dezember hatte das Directors Board von HannStar einer Vereinbarung über die Ausgabe von 180 Millionen Vorzugs-Aktien an LG.Philips Display zugestimmt. Mit 3 Prozent Anteil an HannStar ist LG Display nun der drittgrößte Anteilseigner hinter Walsin Lihwa's mit 7% und Winbond Electronics mit 5% Aktienanteil. Zu Spekulationen über eine eventuelle Übernahme von HannStar durch LG Display teilte HannStar President David Joe mit, der koreanische Partner habe vorerst lediglich eine finanzielle Investition getätigt. Außerdem plane man, eine Koordination der Produktionskapazitäten auszuarbeiten. Über die Möglichkeiten einer weitergehenden Zusammenarbeit könne man diskutieren, wenn zwischen beiden Unternehmen ein gutes, partnerschaftliches Arbeitsverhältnis hergestellt worden sei. Beobachter gehen davon aus, dass HannStar die von LG Display gezahlte Beteiligungssumme dazu verwenden wird, seine LCD-Produktionslinien der 5. Generation so umzurüsten, dass mehr als 20 Prozent der Produktion aus Medium-Size Panels bestehen. 5G Substrate von HannStar können in 17- und 19-Zoll-Panels geteilt werden, mit denen auch LG Display beliefert werden kann, während das koreanische Partner-Unternehmen HannStar mit 32-Zoll-Panels beliefert würde.

## Philips forciert Ausstieg bei LG.Philips Display

Mit einem erneuten Aktienverkauf im Wert von 680 Millionen Euro setzt der

niederländische Konzern Royal Philips seinen im Vorjahr beschlossenen Ausstieg bei LG Display zügig in die Tat um. Mit dem Verkauf des Aktienpakets reduziert sich der Anteil von Philips an dem zusammen mit LG Electronics gegründeten Joint-venture von zuletzt knapp 20 Prozent auf nun 13,5 Prozent. LG Electronics hält an dem früheren Gemeinschaftsunternehmen Anteile in Höhe von 38 Prozent. Schon im Oktober letzten Jahres hatte Philips Aktien im Wert von rund 1,6 Milliarden Euro veräußert. Ursprünglich war Philips zu einem Drittel an dem nach Samsung weltweit zweitgrößten Hersteller von LCD-Panels beteiligt.

Nach der Bekanntgabe des aktuellen Aktienverkaufs fiel der Kurs von LG Display Aktien um nahezu 8 Prozent. Anleger befürchten weitere Kursverluste bei einem eventuell baldigen Verkauf von LG Display Anteilen durch Philips.

tes Design mit abgerundeten Ecken des Bildrahmens auf sich. Die M1-Serie mit 20 und 16 Zoll Bildgröße wird in einer breit gefächerten Palette frischer, heller Farben erhältlich sein und zielt vorwiegend auf jüngere Käufer. Das übergreifende Design der neuen Bravia-Serien folgt dem Motto: „Draw the Line“. Dabei wird die Optik des Bildrahmens durch einen horizontal verlaufenden schmalen Schlitz (Slit) zwischen Displayrahmen und darunter positionierten Geräte-Lautsprechern balanciert. Um die schwerelose Leichtigkeit des Designs zu unterstreichen, verfügen alle Modelle der neuen Serien über diesen waagerechten Slit.

Die synergetische Wirkung von „narrow bezels“ und „slit“ wird vor allem bei der J1-Serie deutlich. „Schmalere Rahmen waren der häufig geäußerte Wunsch unserer Designer an die Entwicklungsingenieure“, berichtet Fumiya Matsuoka, Chef-Direktor der mit der Gestaltung der neuen Serien beauftragten „TV Consumer Products Design Group“ im Sony Creative Center. Matsuoka würdigte die Bemühungen und Erfolge der Ingenieure: „Erst die deutliche Reduzierung der Dicke und die Verkleinerung der Komponenten hat die Realisierung des neuen narrow bezels Designs ermöglicht.“

Das 46-Zoll-Modell der neuen Serien ist nur 7,7 cm dick und damit das flachste Gerät aller Bravia-TVs. Mit einem optional angebotenen „wall-style“-Stand ermöglicht Sony eine der Wandaufhängung ähnliche Aufstellung. Alle Modelle der neuen TV-Serien optimieren die Bildqualität passend zum jeweiligen Video-Content: Sport-Übertragungen, Spiel- und Video-Filme, Internet-Seiten, Home-Videos oder digitale Fotos. Für die optimale Wiedergabe von Kinofilmen steht ein zusammen mit Sony Pictures Entertainment Inc. entwickelter 24p True Cinema Mode zur Verfügung. Die Motionflow-Technologie korrigiert eventuelle Bildunschärfen Bild für Bild bei 60fps, bevor die Bilder dann mit doppelter Bildwechselfrequenz von 120 fps dargestellt werden.

## AUO kündigt Full HD wide-screen Panel Line-up an

Der Panel-Hersteller AU Optronics (AUO), Taiwan, kündigt ein breitgefächertes Line-up von Full HD (1.920 x 1.080) LCD-Monitor-Panels an: Die neue Produktserie mit LCD-Monitor-Panels in Bilddiagonalen von 18,5, 21,5, 24 und 32 Zoll soll im zweiten Quartal dieses Jahres im Markt verfügbar sein. LCD-Monitor-Panels mit 27-Zoll-Bilddiagonale sollen im vierten Quartal folgen. Ein 15-Zoll Full HD Monitor-Panel wird schon in Kürze lieferbar sein. Herkömmliche Monitor-Auflösungen mit 1.680 x 1.050 oder

1.920 x 1.200 Bildpunkten und einem Seitenverhältnis von 16:10 bewirken, dass High-Definition Video Formate, wie Blu-ray Disc und HDTV bei ihrer Wiedergabe in der Bildarstellung gedehnt und verzerrt oder mit schwarzen Balken dargestellt werden. Was AUO besonders herausstellt: Die neue Display-Panel Serie ermöglicht die Darstellung von Videoprogramm-Material in seiner nativen Auflösung. Außerdem sind die neuen AUO-Panels extrem flach: So beträgt z. B. die Tiefe (Dicke) des 24-Zoll-Panels der neuen AUO-Linie nur noch 14 mm. Das ist weniger als die Hälfte der 25 mm Dicke eines konventionellen LCD-Panels.

## Panasonic stellt 12 neue LCD/PDP-TVs vor

Der japanische Elektronik-Konzern Panasonic hat 12 neue PDP und LCD Flach-TV-Modelle vorgestellt: Die Plasma-TV-Modelle erreichen ein Kontrastverhältnis von 30.000:1 und stellen Grauton-Abstufungen mit 18-Bit DSP Processing dar. Der Farbraum konnte auf 130% des HDTV-Standards erweitert werden. Die LCD-TVs von Panasonic erreichen durch Helligkeitskontrolle der CCFL-Backlights auf „tube-by-tube basis“ ein Kontrastverhältnis von 10.000:1. Bei allen neuen, anlässlich der Olympischen Spiele in Beijing auf den Markt gebrachten Modellen ist es Panasonic gelungen, die Bildqualität und die Bedienungsmöglichkeiten nochmals zu verbessern. „TV-Geräte verkaufen sich in Jahren Olympischer Spiele besonders gut“, bemerkte Shiro Nishiguchi, Director of Corporate Marketing Division Panasonic Brand, bei der Vorstellungszeremonie mit einem Lächeln. Um die Bildqualität der neuen Plasma-TV-Modelle zu perfektionieren, setzt Panasonic bei den Display-Panels auf vier Technologien: (1) Der auf der dielektrischen Schicht der Panel-Front aufgetragene „Dynamic Black Layer“ reduziert unerwünschte Vorentladungen um mehr als ein Drittel und ermöglicht ein Kontrastverhältnis von 30.000:1. (2) Die dünneren Kammerwände des Back-Panels erhöhen das Entladungs-Verhältnis. (3) Die Leucht-Phosphor-Beschichtungen und die optischen Filter wurden verbessert. (4) Das „Clear Picture Panel“ wird durch ein AR (anti-reflection) Processing mit einem Multi-Layer-Film auf der Frontseite ausgerüstet, der Reflektionen externer Lichtquellen spürbar verringert. Durch ein auf der rückwärtigen Schaltungsebene angeordnetes „Color Remaster System“ wird der darstellbare Farbraum der Plasma-Panels auf 130% des HDTV-Standards erweitert. Bei den neuen LCD-TVs wird die Intensität des Backlights „tube by tube“ je nach selektiver Bildanalyse variabel bis zu 15% reduziert, um das Kontrastverhältnis zu erhöhen. Für optimale „Olympia-Qualifikation“ wurde die Viera Link-Funktion um weitere Optionen ergänzt.

Außerdem können die neuen TV-Geräte auch als Bildausgabegeräte für Türsprechanlagen mit Kameras und für die Überwachung von Sicherheitskameras eingesetzt werden. In Japan sollen die neuen Panasonic TV-Modelle schon ab Mitte April auf dem Markt sein.

### DESIGN - INNOVATION



**HD ready 1080p**

**REGZA**  
image is everything

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

**TOSHIBA**  
Leading Innovation >>>

[www.toshiba.de/consumer](http://www.toshiba.de/consumer)

## HannStar erhöht Preise für Monitor-Panels um 2%

Wie die chinesischsprachige Zeitung „Apple Daily“ berichtet, will HannStar Display im April seine Preise für Monitor-Panels anheben. Als Grund für die geplante Preiserhöhung wird unter anderem genannt, dass HannStars aktuelle Auftragsbestände für Monitor-Panels die bestehenden Produktionskapazität um 20 Prozent übersteigen.

## Sony: „Narrow Bezels & Slits to Be Light“

Mit den neuen Geräteserien F1, V1, J1 und M1 hat Sony elf neue Bravia TV-Geräte vorgestellt, die ab dem Frühjahr auf internationalen Märkten verfügbar sind: Die F1-Serie kommt mit Bild-diagonalen von 46, 40 und 32 Zoll und mit superschmalen Rahmen (narrow bezels). Die Breite des Rahmens beim 46-Zoll-Modell der F1-Serie beträgt nur ca. 27 mm. Die Modelle der V1-Serie werden mit Diagonalen von 52, 46 und 40 Zoll lieferbar sein, sind mit Motionflow-Technologie ausgestattet und bieten eine qualitativ gute, ausgeglichene Bildqualität zum moderaten Verkaufspreis. Die J1-Serie mit Bild-diagonalen von 32, 26 und 20 Zoll zieht die Blicke der Betrachter durch ihr raffiniertes

## Panasonic: Intelligente Vernetzung mit Viera Link

# Die High Definition-Connection



**Home Enter- und Infotainment hat die Wohnzimmer erreicht und verändert die Gewohnheiten der Menschen. Das Display entwickelt sich zum Kommunikationszentrum. Im Zuge dessen müssen Stereoanlagen, Displays, Streaminggeräte sowie Camcorder und Digitalkameras miteinander Daten austauschen können. Entsprechend hat Panasonic Viera Link um HD-Funktionalitäten erweitert.**

Panasonic erneuert und erweitert in diesem Jahr seine Modellpalette im Bereich Plasma- und LCD-Fernseher. Immer mehr Anwender legen Wert auf schmale Displays, ein geringeres Gewicht sowie höhere Widerstandsfähigkeit gegenüber Stößen oder Schlägen. Die Plasma Panel der Viera-Serie 2008 sind besonders robust. Durch die erhöhte Schlagresistenz dieser Touchpanel wird nicht nur das Risiko von Transportschäden bei Umzügen, sondern auch die von den Steuerelementen der beliebten Spielekonsolen ausgehende Gefahr für den Bildschirm minimiert. Darüber hinaus erleichtert diese Robustheit auch die Pflege der Geräte, denn die Reinigung der Panel wird einfacher.

### Geringer Stromverbrauch

Der Leitidee des Unternehmens entsprechend, spielten bei der Entwicklung der neuen Modelle auch Umweltaspekte eine tragende Rolle. Plasma- und LCD-Panel werden in modernen, technologisch hochwertigen Produktionsstätten hergestellt. Seit 2008 ist eine Vielzahl der neuen Viera-Modelle darüber hinaus mit einem Eco Mode ausgestattet. Dabei wird die Bildhelligkeit mittels eines

Sensors dem Umgebungslicht angepasst, um einen möglichst stromsparenden Betrieb zu garantieren. In die 11. Generation der Panasonic Plasma Full HD und HD Panel ließ Panasonic die Erfahrung und Expertise aus zehn Vorgängergenerationen einfließen. 100 Hz Double Scan und Intelligent Frame Creation sorgen für natürliche Bewegtbilder. Die Erweiterung der Modellpalette um 46 Zoll Plasma-Geräte mit 116 Zentimetern Bildschirmdiagonale schließt die Lücke zwischen 42 (106 Zentimeter) und 50 Zoll (127 Zentimeter).

Auch im LCD-Bereich baut das Unternehmen sein Produktportfolio weiter aus. Neben neuen Modellen im Segment der 37 Zoll Full HD LCD-Fernseher präsentiert Panasonic im 32-Zoll-Bereich die kleinsten Full HD TVs des Unternehmens. 100 Hz Motion Picture Pro 2 reduziert den Nachzieh- und Verzerrungseffekt bei Szenen mit schnellen Bewegungen. Wie die 2008er Viera Plasma-TVs sind auch die LCD-Modelle mittels neuer Viera Link (HDAVI 3)-Funktionen leicht und komfortabel zu bedienen.

### Viera Link-Netzwerk

Ein HDMI-Kabel überträgt nicht nur digitale Video- und Audio-signale, sondern auch die

Steuerungssignale. So lassen sich an Viera-Fernseher angeschlossene Geräte wie beispielsweise DIGA DVD-Festplatten-Recorder, Blu-ray-Player oder HD Videokameras mit der Viera-Fernbedienung steuern.

Alles begann 2006 mit HDAVI Control 1: Mit der TV-Fernbedienung konnten alle angeschlossenen und korrespondierenden AV-Geräte ein- und ausgeschaltet werden. In den 2007er-Modellen wurde die Viera Link-Funktion (HDAVI Control 2) eingeführt. Seither besteht die Möglichkeit, nicht nur mit der Viera-Fernbedienung, sondern auch mit dem Viera Bildschirm-Menü auf alle angeschlossenen und korrespondierenden AV-Geräte zuzugreifen – vorausgesetzt, die AV-Geräte sind mit Viera Link (HDAVI Control 2) ausgestattet.

### Eine Fernbedienung

In der neuesten Generation von Viera Link (HDAVI Control 3) ist das praktische Zusammenspiel mit den neuen Panasonic Diga DVD-Festplatten-Recordern erweitert worden. Die neuen Viera-Modelle synchronisieren nicht nur automatisch Einstellungen und Sender mit den Recordern. Per Tastendruck auf der Viera TV-Fernbedienung lässt sich mit ihnen auch direkt aufnehmen. In diesem Zusammenhang besonders praktisch ist die neue Funktion „Pause Live TV“, mit der sich das aktuelle Fernsehprogramm, beispielsweise bei eingehenden Telefonanrufen, ganz einfach „stoppen“ und später an dieser Stelle weiterschauen lässt.

[www.panasonic.de](http://www.panasonic.de)

*Die Viera Link-Technologie der dritten Generation (HDAVI 3) ermöglicht, dass entsprechend ausgestattete AV-Geräte wie die DIGA DVD-Festplatten-Recorder oder Blu-ray-Player und HD Camcorder von Panasonic über eine Fernbedienung und ein spezielles Bildschirmmenü gesteuert werden können.*



*Bei Panasonics neuen Plasma-Modellen kommt das extra robuste G11 HD Touchpanel der neuesten Generation, V-Real 3 sowie die 100 Hz Double Scan Technologie zum Einsatz. Der Eco-Mode sorgt für eine Lebensdauer von bis zu 100.000 Stunden, und eine Kindersicherung ergänzt die Ausstattung.*



*Der Blu-ray-Player DMP-BD30 ist mit Picture in Picture-Funktionen sowie SD-Kartenwiedergabe in HD ausgestattet. Die 1.080/24p-Wiedergabe reproduziert den Film in Originaldarstellung mit 24 Bildern pro Sekunde. Über den Upscaler werden normale DVD-Inhalte mit nahezu HD-Qualität dargestellt.*



*Ohne komplizierten Verkabelungsaufwand lassen sich über Viera Link bei Panasonic alle Geräte innerhalb des Home-Media-Netzwerkes mittels einer Fernbedienung steuern. Für noch mehr Komfort sorgen die neuen Surroundsysteme, bei denen die Rear-Lautsprecher drahtlos angesteuert werden.*

## Sony: Neue Walkman-Serie mit Bluetooth-Technologie

# MP3-Soundartisten

Mit seiner aktuellen Walkman-Serie NWZ-A820 knüpft Sony an die Ära der ersten Walkman an. Ebenso wie vor 28 Jahren setzt man auch heute auf Design, Verarbeitungsqualität und einfache Bedienung. Besonderes Augenmerk haben die Entwickler auf eine bestmögliche Soundqualität gelegt.

Für Sony ist der Walkman eine wichtige Kernmarke und spielt eine strategische Rolle bei der Produktentwicklung. „Der Name ‚Walkman‘ steht für das Sony-Denken, Produkte im Kleinformat in hoher Qualität für den mobilen Einsatz anzubieten“, erläutert Oliver Kaltner, Marketingdirektor Sony Deutschland. „Heute ist der Walkman die Referenz für viele Produktgruppen aus dem Hause Sony, wenn es darum geht, ein mobiles Sound-Erlebnis zu schaffen.“ Die Walkman der NWZ-A820-Serie sind in vier Farben (Schwarz, Silber, Champagner, Pink) und drei Speichergrößen (4, 8 und



Oliver Kaltner: „In den Sony-Produkten steckt eine attraktiv hohe Marge, mit der das Verkaufen Spaß macht.“

16 Gigabyte) erhältlich. Kabellos dank Bluetooth bieten die digitalen Multimedia-Spieler einen besonderen Tragekomfort. Die in die NWZ-A820-Serie integrierte Bluetooth-Funktionalität lässt sich mit nur einem Knopfdruck aktivieren. Einmal verknüpft, wird die Verbindung zu einem Bluetooth-Gerät wie den Sony Kopfhörer DR-BT50 automatisch erkannt und hergestellt. Auch wer Musik lieber über die Stereoanlage hört, kann dies via Bluetooth auf die gleiche Weise bewerkstelligen. Im Auto wiederum kann ein CD-Tuner wie der Sony MEX-BT2600 kabellos mit Musik ver-

sorgt werden. Ein sehr bedeutender Aspekt ist der herausragende Klang. „Es gibt viele gut gemachte Produkte, doch überall ist der Sound ein kritischer Aspekt“, weiß Oliver Kaltner. „Dieses Potential haben wir uns zunutze gemacht. Sound ist eine von Sonys absoluten Kernkompetenzen, und was lag da näher, als uns über den Sound zu qualifizieren und besonders hervorzuheben.“

### Exzellenter Klang

Drei Clear Audio-Technologien sorgen für einen herausragenden Sound: Clear Stereo, Clear Bass und die von Sony entwickelte Digital Sound Enhancement Engine (DSEE). Letztere fügt die bei der Komprimierung verlorenen Hochton-Frequenzen vor dem Abspielen wieder hinzu und sorgt für einen noch feineren Klang. Dies bestätigen unabhängige Testergebnisse, die den Walkman mehrfach mit der besten Soundqualität ausgezeichnet haben. Alle neuen Modelle der NWZ-A820-



Dank integriertem Bluetooth lässt sich die Musik der neuen Walkman Video MP3 Player kabellos per Funk beispielsweise an einen Bluetooth-Kopfhörer übertragen. Darüber hinaus bieten die Geräte bis zu 16 GB Speicher, ein 2,4-Zoll-Display und volle Kompatibilität mit allen gängigen Formaten.

Serie sind für Windows Vista zertifiziert und tragen das Microsoft „PlayForSure“-Logo. Es garantiert volle Kompatibilität mit einer Vielzahl von Multimedia-Inhalten, die online verfügbar sind. Angeschlossen an einen PC, kann der neue Walkman per Drag-and-Drop mit allen Lieblingsongs bestückt werden. Such- und Scrollfunktionen sowie ein intuitives Menü in Verbindung mit dem 2,4-Zoll-Display erleichtern die

Bedienung. „Der Anwender hat verstanden, dass der Walkman seine Basis-Musikdatenbank ist und er seine Musik überall hören kann“, ist sich Oliver Kaltner sicher. „Entsprechend sollte der Walkman auch seitens des Fachhandels nicht alleinstehend gesehen, sondern in das ganzheitliche Sony ‚Release your Music‘-Konzept eingebettet, sprich stets in Verbindung mit Stereoanlagen und Car Sound Systemen gebracht werden.“ [www.sony.de](http://www.sony.de)

## Philips: Produktshow im KaDeWe in Berlin

# Kraft der Emotionen

2007 ist Philips in Deutschland mit einer Steigerungsrate von fünf Prozent schneller als der Markt gewachsen. Das Unternehmen erwirtschaftete 1,770 Mrd. Euro gegenüber 1,686 Mrd. Euro im Vorjahr. Um ihre Marktanteile weiter auszubauen, setzen die Niederländer jetzt auf Design und Emotionen, um die neuen Produktwelten dem Kunden nahezubringen.

Erstmals präsentierte die neue Sparte Philips Consumer Lifestyle daher ihre Produktwelten in der Unterhaltungselektronik und Elektro-Hausgeräte gemeinsam. Die Ausstellung im edlen Berliner KaDeWe, dem größten Kaufhaus Kontinentaleuropas, zeigt eine umfassende Auswahl an Produkten zum „Anfassen“ und stellt das Erlebnis in den Vordergrund. Die Präsentation verdeutlicht die Art und Weise, wie Produkte das tägliche Leben angenehmer oder

schöner machen und wie sich die Technik in den Alltag integriert.

### Design ist der Schlüssel

Design spielt bei allen neuen Geräten eine große Rolle und soll ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Funktion, Emotion und Technologie erzeugen. Diese Philosophie zieht sich wie ein roter Faden durch alle Produktseg-



mente und schafft ein einheitliches Bild im Wohnumfeld – neben der Technik heute einer der wichtigsten Aspekte für die Kaufentscheidung. „Konsumenten fühlen sich zunehmend frustriert und überfordert, aus einem Meer ähnlich scheinender Produkte ein für sie passendes auszuwählen. Auf Verbraucher wirken die meisten Produkte rational, gleich aussehend, funktional und schlicht monoton. Doch eigentlich möchten sie viel lieber Produkte, die

hochentwickelt, modern und einfach schön sind“, sagt Andrea Ragnetti, CEO der Sparte Consumer Lifestyle.

### Weniger ist mehr

Im neuen Design der Philips Flat TVs zeigt sich der neue Geist. Es zeichnet sich durch minimalistisches, emotionales und vor allem ein wiedererkennbares Äußeres aus. Auffallend ist das Fehlen von Lautsprecheröffnungen, was der Rahmenfront ihre edle und reduzierte Optik verleiht. Der im hinteren Teil des Gerätes erzeugte Sound wird durch einen Spalt neben der Acrylumrandung gelenkt. Das Ergebnis ist ein

Auf 280 Quadratmetern zeigte Philips im KaDeWe Berlin in hochwertig gestalteten Themenwelten wie Wohnambiente, Küche und Bad die Art und Weise, in der Produkte das tägliche Leben angenehmer und schöner machen. Ziel war es, den Fokus von Philips auf Design, intuitive Handhabung, gepaart mit moderner Technik, für den Kunden erlebbar zu machen.

voller, den Zuschauer einhüllender Klang. Die neuen Modelle mit Bilddiagonalen zwischen 32 und 52 Zoll (81 cm bis 132 cm) zeigen Design- und Gestaltungselemente, die sich zukünftig bei Philips auch in anderen Produkten der Unterhaltungselektronik wiederfinden werden. Auffälliges Merkmal bei den neuen Flat TVs ist der gerundete Displayrahmen aus transparentem Acryl, der für eine weniger strenge Optik sorgt und das Umgebungslicht durchlässt.

[www.philips.de](http://www.philips.de)



Die neue Design-Kollektion in der Unterhaltungselektronik zeichnet sich durch ein erfrischendes und unverwechselbares Outfit aus, das sich in jeden Wohnraum integriert. Die Durchgängigkeit über alle Produktgruppen sorgt für ein einheitliches Erscheinungsbild.



UE



## Gigajuke – HiFi-Systeme mit Festplatte

Die beiden neuen Sony Gigajuke HiFi-Systeme NAS-E35HD und NAS-SC55PKE speichern, verwalten und sortieren selbst große Musiksammlungen auf der integrierten 80 Gbyte-Festplatte. Beide Systeme kopieren ganze Alben oder einzelne Titel vom integrierten CD-Player auf die Harddisk. Dabei greifen sie auf die Grace-note-Datenbank zu, die Informationen über CDs enthält, und speichern Angaben zum Album, Songtitel, Interpret, Erscheinungsjahr und Genre eines jeden Stückes. Die NAS-E35HD ist eine vollständige, preiswerte Stand-Alone HiFi-Anlage in schwarzem Design. Die NAS-



SC55PKE ist für Multiroom-Verwendungen konzipiert und besteht aus mehreren Komponenten. Die Zentraleinheit dient als Server und ist mit Festplatte, CD-Player, Radio, einem 4,3 Zoll großen TFT-Farbdisplay, einem 2 x 50 Watt S-Master-Digitalverstärker sowie 2-Wege-Bassreflex-Stereolautsprecher ausgerüstet. Musik sendet der Server per Funk an den im Lieferumfang enthaltenen NAS-C5E-Spieler, der über einen Funk-Empfänger, einen 20-Watt-Verstärker und eingebaute Stereolautsprecher verfügt. [www.sony.de](http://www.sony.de)

## Neue Videobearbeitungssoftware

Die Pinnacle Studio Plus v.11 „Extreme Photo Edition“ kombiniert Tools zum Erstellen von Foto-Diashows mit den Videobearbeitungsfunktionen von Pinnacle Studio Plus v.11. Die Software eignet sich besonders für Besitzer von Digitalkameras und Mobiltelefonen, da sie mit der „Extreme Photo Edition“ Diashows mit Filmeffekten produzieren und so hochwertige Filme erstellen können, die Video mit Fotoelementen kombinieren. Eine im Dezember 2007 von Pinnacle unter 1.583 Teilnehmern aus den USA, Frankreich und Großbritannien durchgeführte Verbraucherbefragung ergab, dass 55 Prozent ihre Digital Kameras und 33 Prozent ihre Camcorder als Hauptquelle für die Videoerstellung und -bearbeitung nutzen. [www.pinnaclesys.com](http://www.pinnaclesys.com)



## LCD-Projektor für flexiblen Einsatz

Mit dem PLC-XW60 präsentiert Sanyo den weltweit kleinsten und leichtesten LCD-Projektor. Mit seinen Maßen von 265 x 74 x 189 mm und lediglich 1,6 Kilogramm lässt er sich gut transportieren. Das Gerät liefert bei einer Lichtleistung von 2.000 ANSI-Lumen eine Auflösung von



1.024 x 768 Pixel (XGA) bei einem Kontrastverhältnis von 600:1. Der PLC-XW60 verfügt über eine automatische vertikale Trapezkorrektur von +/- 20 Grad. Gleichzeitig bietet er ein Projektionsverhältnis von 1,33 - 1,62:1, was einer Weitwinkeloptik mit 1,2-fachem Zoom entspricht. Damit lässt sich der Beamer auch besonders gut in kleineren Räumen bei kurzen Projektionsabständen nutzen. Eine PIN-code-Funktion schützt das Gerät vor unbefugter Benutzung. [www.sanyo.de](http://www.sanyo.de)

## Media Adapter mit HomePlug AV Powerline

Zyxels DMA-1100P ist der erste Digital Media Adapter, der über eine integrierte HomePlug AV Powerline-Funktionalität verfügt. Das Gerät transportiert Multimedia-Daten über die Stromleitung aus dem Netzwerk mit einer Geschwindigkeit von bis zu 200 Megabit/Sekunde bei nahezu konstanter Leistung. Das Gerät arbeitet als zentrale Schnittstelle zwischen Fernseher und Datenquelle. Die Auf-



bereitung der Signale erfolgt in Echtzeit und ohne Qualitätsverlust. Dank der rein digitalen Video- und Audio-Verbindung über die HDMI-Schnittstelle ist das Streamen von HDTV oder Full HD-Videos möglich. Die HDCP-geschützte Datenübertragung, SPDIF digital Output für höchste Audioqualität und USB 2.0 Anschluss runden die Ausstattung ab. Der DMA-1100P unterstützt alle gängigen Film-, Foto- und Musikformate. Die einfache Installation erfolgt über eine web-basierte Benutzerschnittstelle auf Basis von Microsoft Windows Media Connect. Diese Lösung unterstützt die Standards UPnP und HTTP sowie die Richtlinien der Digital Living Network Alliance (DLNA). Die Bedienung des Systems erfolgt mittels der zum Lieferumfang gehörenden Infrarot-Fernbedienung. [www.zyxel.de](http://www.zyxel.de)

## POS-Offensive für Multi-Room-Sound

Sonos, Entwickler von Multi-Room-Soundsystemen für das digitale Heim, setzt seine CE-Fachhandels-Kampagne unbefristet fort. CE- und spezialisierte HiFi-Fachhändler können kostenfrei eine Sonos Demo Wall in ihren Verkaufsräumen aufgestellt bekommen. Diese visualisiert auf 2 m (Breite) x 2,5 m (Höhe) drei Zonen (Zimmer) des Sonos Multi Room-Musiksystems. Der Aufbau der Demo

Wall, die Schulung und die Unterstützung durch Promotoren vor Ort sind für Fachhändler kostenfrei. Die Aktion wird abgerundet durch POS-Material wie Flyer und spezielle Aktionsbroschüren. Voraussetzung für die Sonos Demo Wall ist, dass CE- und HiFi-Händler einen Breitband-Internet-Anschluss in der Aktionsfläche zur Verfügung haben. Dank der Zusammenarbeit mit Napster erhalten die teilnehmenden Fachhändler



neben dem kostenfreien Zugriff auf die Musik-Bibliothek auch die Möglichkeit, alle auf der Napster-Plattform angebotenen Sonderfunktionen wie die Napster-Charts, vorprogrammierte Play-Listen, umfangreiche Sortierfunktionen und werbefreie Radiostationen zu nutzen. Weitere Unterstützung erfährt die Aktion durch die sechs regionalen Sonos Handelsvertretungen (HV) für NRW (HV Tholen), Bayern (HV Eser), Hessen und Rheinland-Pfalz (HV Müller), Baden-Württemberg (HV Pohlner), Berlin und neue Bundesländer (HV Hartfiel) und Norddeutschland (HV Mahler) sowie den Logistikpartner Peditec. Interessierte Händler können sich direkt per Email an [andreas.rapp@sonos.com](mailto:andreas.rapp@sonos.com) oder per Telefon unter 0731 - 7669 890 für die Teilnahme bewerben. [www.sonos.com](http://www.sonos.com)

## High Definition im Einstiegssegment

Um drei Modelle in Diagonalen von 26, 32 und 37 Zoll aus dem HD-ready Einstiegssegment erweitert Sharp sein Sortiment. Die Displays LC-26D44E, LC-32D44E und LC-37D44E liefern eine Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln bei einem Kontrastverhältnis von 10.000:1. Durch die optische Bildkontrolle passt sich die Bildschirmhelligkeit automatisch an die Beleuchtungsverhältnisse an. Eine Reaktionszeit von sechs Millisekunden sorgt auch bei rasanten Szenen für ungetrübten Filmgenuss ohne Nachzieheffekte. Mehr Programmübersicht und ergänzende Informationen bieten die Bild-Split- sowie die Bild-in-Text-Funktion. Durch den eingebauten DVB-T- und Analog-Tuner ist vielseitiger TV-Empfang garantiert.

Neben den zwei SCART-Buchsen und den HDMI-Eingängen mit HDCP Unterstützung lassen sich über YUV, AV/S Video IN, VGA IN und Audio OUT Anschlüsse alle gängigen Geräte wie DVD-Player oder Sound-Anlage problemlos anschließen. Die 26-Zoll-Varianten haben eine unverbindliche Preisempfehlung von 699,00 EUR. Die unverbindliche Preisempfehlung der 32-Zoll-Varianten ist 799,00 EUR. Der Preis der 37 Zoll großen LCD-TVs wird im Juli bekanntgegeben. [www.sharp.de](http://www.sharp.de)

## Umdenkprozess beim After Sales Service

Die gesamte Consumer Electronics Branche steht derzeit vor einem der nächsten größeren Umbrüche. Margen für die meisten Produkte sind nicht mehr in dem Maße vorhanden, wie zur Goldgräberzeit der Branche Ende der 90er Jahre.

Durch hohe Gewinne konnten viele Importeure und Hersteller in der Vergangenheit ihre After Sales Kosten weitestgehend vernachlässigen. Zur Freude einiger Kunden wurde jeder vermeidliche Garantiefall, meist ohne Überprüfung, gegen Neuware ausgetauscht oder vom Handel gutgeschrieben. Viele Hersteller beklagen heute, dass Kunden insbesondere gegen Ende der Garantiezeit gehäuft Garantieansprüche stellten. Selbst solche Waren wurden meistens getauscht oder mangels Verfügbarkeit gutgeschrieben. Dies ist nur eine der Folgen einer vernachlässigten After Sales Strategie.

Diese Zeiten sind vorbei. Durch härteren Wettbewerb und knappere Spannen kann auf diese Weise niemand mehr überleben. Schwindende Gewinne bei einzelnen Produktgruppen sorgen dafür, dass die klassische After Sales Struktur nicht mehr tragbar ist. Hinzu kommt, dass viele verzweifelte Kunden ihre frisch gekauften Waren aufgrund von Bedienungsfehlern einfach umtauschen, da die Bedienung der Geräte zu kompliziert geworden ist. Durch Rückgaben entstandene Kosten sind jedoch in der Regel auf Seiten der Hersteller nicht in dieser Form kalkuliert, was zur Folge hat, dass viele Produkte im nachhinein ins kalkulatorische Minus abrutschen.

Entsprechend ist das Verkaufspersonal im Handel gezwungen, stärker beratend tätig zu sein. Hierzu ist Fachwissen gefragt, soll der Handel im Wettbewerb mit günstigen Onlineshops auf Dauer gewinnen. Dies erfordert Verkaufspersonal, das eine tiefgehende Warenkenntnis besitzt. Vor allem Bedienfehler müssen vom Handel erkannt werden, da auch nur Rücksendungen immer teurer werden. Neue Servicekonzepte sind gefordert, welche die Kosten minimieren.

„Die Entwicklung neuer Servicekonzepte zur Kostenoptimierung und Festigung der Markentreue eines Kunden wird in Zukunft für alle CE-Hersteller zu einem überlebenswichtigen Schritt“, so Marcus Kugeler, Geschäftsführer der Rater PST – professional support technologies GmbH. „Im Handel sind Maßnahmen zur Schulung des Verkaufspersonals wichtiger denn je, will man nicht von den vielen großen Online-Versandhäusern überholt werden. Der Handel muss sich durch kompetente Beratung und Fachkenntnis auszeichnen. Hierzu sind neue und innovative Lösungen gefragt.“ Aktuelle Studien zeigen ein einheitliches Bild. Laut der Studie „Service-report 2010 des BVT“ macht jeder vierte Kunde schlechte Serviceerfahrungen. Etwa die Hälfte wechselt danach die Einkaufsquelle. An dieser Stelle liegen hohe Risiken für den Fachhandel, aber auf der anderen Seite auch die Chancen. Viele Fachhändler betreiben aus Kostengründen keine eigenen Werkstätten mehr. Doch ein guter Service auch nach der Garantiezeit ist ein wesentlicher Garant zur Kundenbegeisterung und damit zum Empfehlungsmarketing. Lösungen bieten hier Dienstleistungsunternehmen, die sich auf industrielle Reparaturen spezialisiert haben. Nur sie können auch günstige Produkte reparieren. [www.ps-tech.de](http://www.ps-tech.de)



Nur in den seltensten Fällen lohnt sich für den Fachhandel noch der Betrieb einer eigenen Service- und Reparaturwerkstatt. Kosteneffizienter und auch schneller können diese Arbeit Serviceunternehmen übernehmen, von denen der Fachhändler das reparierte Gerät geliefert bekommt.

**IFA 2008: Die Messe schärft ihr Markenprofil**

# Kaffeemaschinen mit Sex-Appeal

**Mit einer kleinen Revolution wird die Messegesellschaft Berlin die Fachhandels- und Konsumentenorientierung der IFA durch das Segment Elektro-Haushaltsgeräte stärken. Unter dem Dach der Home Appliances IFA erhalten die Besucher der erweiterten IFA einen Gesamtüberblick über die Märkte für Haustechnik und Unterhaltungselektronik.**

Mit mehr als 1.200 Ausstellern und 235.000 Besuchern in 2007 hat sich die IFA als die zentrale jährliche Messe der Consumer Electronics für den europäischen Handel positioniert. Auch der Markt für Consumer Electronics Produkte in Deutschland befindet sich weiter auf Wachstumskurs. Im letzten Jahr konnte die positive Entwicklung der Vorjahre mit einem Umsatzwachstum von 3,7 Prozent auf 23,245 Milliarden Euro (2006: 22,416 Mrd. Euro) fortgesetzt und erstmals die 23-Milliarden-Euro-Marke übertroffen werden. Die Basis für diese Entwicklung ist die Digitalisierung der Produkte, Medien und Übertragungswege. Gerade die Digitalisierung beinahe aller Consumer-Produkte ist auch dafür verantwortlich, dass die Besucher ab diesem Jahr auch die weiße Ware auf der bislang der Consumer Electronics vorbehaltenen Messe wiederfinden werden. Durch das neue Segment Elektro-Haushaltsgeräte wird die Fachhandels- und Konsumentenorientierung der IFA gestärkt. Für Ditmar Krusenbaum, BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH

und stellvertretender Vorsitzender des Fachverbandes Elektro-Haushalts-Großgeräte im ZVEI, die ideale Ausgangsbasis für die Weiße-Ware-Präsentation. „Das erfolgreiche Konzept der IFA hat sich als exzellente Basis für die Etablierung einer gemeinsamen, international führenden Plattform angeboten. Wir werden in Berlin dem Handel und der Öffentlichkeit ein sehr breites und hochwertiges Markenspektrum präsentieren.“ Damit kommt die Messe ihrem für 2008 gesteckten Ziel näher, durch strategische Zusammenarbeit mit starken Markenherstellern für Elektro-Haushaltsgeräte die IFA als Leitmesse weiterzuentwickeln und um die internationale Messe Home Appliances IFA zu erweitern.

## Weiße Ware jährlich vertreten

Dr. Reinhard Zinkann, Sprecher der Hausgeräte-Fachverbände im ZVEI und geschäftsführender Gesellschafter von Miele & Cie. KG, freut sich über den neuen Bereich: „Die Hausgerätehersteller werden sich ab 2008 an der IFA in



*In diesem Jahr werden unter dem Funkturm in Berlin neben den Neuheiten aus der Consumer Electronics-Welt auch Elektro-Klein- und Großgeräte zu sehen sein. Die führenden Hersteller von Elektro-Haushaltsgeräten werden sich mit einem starken Messeauftritt in die IFA integrieren. Fachbesucher und Endkunden erwarten zur IFA 2008 die Erweiterung der Ausstellung um die neue, internationale Messe Home Appliances IFA.*

ihrem jährlichen Rhythmus beteiligen.“ Die vorgesehenen 30.000 Quadratmeter Ausstellungsfläche in den Hallen 1.1–6.1 auf dem Berliner Messegelände sind für Markenhersteller reserviert. Und Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu und Vorstandsvorsitzender der Loewe AG, ergänzt: „Heute sind bereits rund zwei Drittel der für Elektro-Haushaltsgeräte verfügbaren Ausstellungsfläche an Markenhersteller der Elektro-Haushaltsgeräte vergeben.“ Aufgrund der ausgedünnten Personaldecke im Fachhandel sowie der wirtschaftlichen Notwendigkeit für einen großen Teil der Fachhändler, sich nach ergänzenden Produktprogrammen für sein Ladenlokal umzusehen, ist es erfreulich, dass die IFA in diesem Jahr Weiße und Braune Ware unter einem Dach vereint. Gerade der Bereich der Haushalts-Kleingeräte kann für viele Händler eine interessante Ergänzung zu dem bestehenden Programm sein. Im letzten Jahr erwirtschaftete die Branche einen Inlandsumsatz von 1,9 Mrd. Euro. Für 2008 erwarten die Hersteller in diesem Segment einen Umsatzzuwachs in Deutschland von vier Prozent vor allem bei Kaffee- und Espresso-Geräten samt Zubehör sowie dem Wellness- und Beauty-Bereich. A-Marken sowie High-end Produkte mit hochwertigem Design stehen bei den Kunden hoch im Kurs. Auch durch den Handel erfährt die neue Home Appliances IFA breite

Zustimmung. Die führenden europäischen Fachhandelskooperationen begrüßen die Einbindung der Elektrohaushaltsgeräte in die IFA. Auch Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der Expert AG, ist von dem neuen Konzept überzeugt: „Für die Weiße Ware gibt es im Grunde keine große Messe mehr. Aber noch wichtiger ist für uns, dass wir hier eine Veranstaltung haben werden, die den gesamten Elektronikmarkt abbildet. Durch die Erweiterung wird die Weiße Ware mehr in den Fokus der Verbraucher gerückt. Ein weiterer Vorteil, denn die Nachfrage nach energiesparenden Großgeräten wird sich



Volker Müller

positiv auf den Markt und somit auch auf unsere Händler auswirken. Hier kann sich der Verbraucher jetzt auch umfassend informieren.“ Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Fachverbandes Consumer Electronics und Vizepräsident des ZVEI, blickt positiv in die Zukunft. „Wir freuen uns über diesen Schritt. Gleichzeitig werden wir weiterhin die IFA als internationale Leitmesse für die CE-Industrie weiterentwickeln.“ Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, ergänzt: „Die international bekannten Marken der Elektro-Haushaltsgeräte-Hersteller stärken den internationalen Messeplatz Berlin und die IFA insgesamt. Davon werden alle auf der IFA präsenten Markenunternehmen profitieren.“

[www.ifa-berlin.de](http://www.ifa-berlin.de)

## Messe wird noch interessanter

„Wir begrüßen es, dass sich die IFA zu einer einheitlichen Messe-Plattform für die gesamte CE-Branche entwickelt“, so Werner Winkelmann, Vorstand Euronics Deutschland EG. „Für den Euronics-Fachhandel, der traditionell ein breites Angebot an Haustechnik im Sortiment führt, wird der internationale Messestandort Berlin noch interessanter. Viele Verbraucher werden sich künftig nicht nur über aktuelle Produktneuheiten informieren, sondern erhalten einen Gesamtüberblick über die Märkte für Haustechnik und Unterhaltungselektronik. Die aktuelle Erweiterung schließt darüber hinaus eine wesentliche Lücke, denn bisher gibt es keine Messe mit internationaler Bedeutung für Hausgeräte. Mit der Erweiterung um „Home Appliances IFA“ bietet die Funkausstellung deshalb ab 2008 eine hervorragende Basis für eine gemeinsame, international führende Plattform.“



*Von links: Ditmar Krusenbaum, BSH Bosch und Siemens Hausgeräte GmbH, Dr. Reinhard Zinkann, geschäftsführender Gesellschafter von Miele & Cie. KG, Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu, Hans-Joachim Kamp, Vorsitzender des Fachverbands Consumer Electronics im ZVEI.*

# JVC „Super Slim“ LCD-TVs:

# Superdünn • leicht • energiesparend

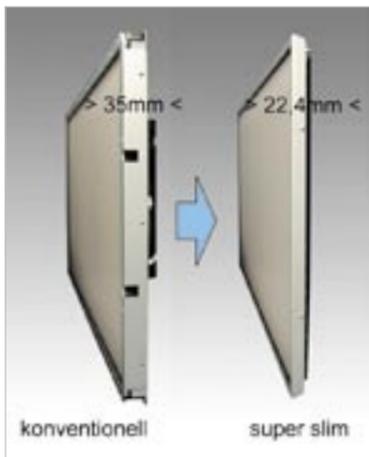


Die Super Slim LCD-TVs von JVC sind die weltweit flachsten LCD-Fernseher mit eingebautem TV-Tuner. Das Gehäuse ist auf dem größten Teil der Fläche nur 39 mm tief. In der Mitte des Flach-Panels beträgt die maximale Gehäusetiefe nur 74 mm.

JVCs neue Full HD „Super Slim“ LCD-TV Reihe kommt mit jeweils zwei Modellen der Bildgrößen 42 Zoll (106 cm) und 46 Zoll (117 cm) auf den Markt. Alle vier Modelle besitzen einen eingebauten Analog-TV-Tuner. Jeweils ein Modell der beiden Bildgrößen ist zusätzlich mit einem integrierten digitalen DVB-T-Tuner ausgestattet. Aktuell gibt es weltweit keine schlankeren LCD-TVs mit eingebautem TV-Tuner als die neuen Super Slim Fernsehgeräte von JVC. Das superschlankere Erscheinungsbild der Geräte wird zusätzlich durch ihre elegante Bauform unterstrichen, ganz gleich aus welcher Richtung man die Modelle betrachtet.

## Konstruktives Meisterstück: Super Slim plus Mehrfach-Nutzen

Die Verringerung der Bautiefe des Flach-TV-Gerätes allein wäre schon ein lohnenswertes Konstruktionsziel gewesen. Den Entwicklern von JVC ist es jedoch gelungen, bei der Verwirklichung der extrem flachen Display-Einheit weitere Verbesserungen vorzunehmen. Durch den synergetischen Effekt kommt der Kunde zusammen mit der geringen Bautiefe in den Genuß eines geräuscharmen, lüfterlosen und energiesparenden Designs. Die flache, gewichtssparende Bauweise wurde durch eine besonders dünne, von JVC neu entwickelte Hintergrundbeleuchtung und eine platzsparende, direkt auf der Hintergrundbeleuchtung aufgebrachte Stromversorgung ermöglicht. Die Aufgabe war anspruchsvoll: Die nahe liegende Lösung, zwecks Reduzierung der Dicke die lichtemittierenden, röhrenförmigen Kaltkathodenlampen näher an der Lichtaustrittsfläche zu positionieren, führt zu unregelmäßiger Lichtverteilung mit jeweils balkenförmigem Helligkeitsmaximum in unmittelbarer Nähe der Lampen. Dem könnte man durch den Einbau zusätzlicher Lampen entgegenwirken, was aber zu höherem Energieverbrauch führen würde. Durch Optimierung der lichtdurchlässigen Filter, den Einsatz effizienterer reflektierender Schichten und eine Reihe zielgerichteter Verän-



Das fortschrittliche Backlight-Modul mit nur 20 mm Tiefe beansprucht im Vergleich zu herkömmlichen LCD TV-Modellen 40% weniger Platz.

derungen am Gesamtaufbau des Backlight-Moduls ist es den JVC-Entwicklern gelungen, auf der gesamten Panelfläche eine gleichmäßige Leuchtdichte zu erreichen. Das neuartige Beleuchtungs-Modul nimmt mit nur 20 mm Tiefe und 13 mm Rahmenbreite 40 Prozent weniger Platz in Anspruch als herkömmliche Backlight-Units. Die extrem schmale Rahmenbreite des Beleuchtungsmoduls ermöglicht das „narrow bezel“ Design der Super Slim Geräte. Dank dieser Maßnahmen ist das Gehäuse der Geräte auf dem größten Teil seiner Fläche nur 39 mm dick. In der Mitte des Geräts beträgt die maximale Gehäusetiefe 74 mm. Der nur 23 mm breite Bildschirmrahmen unterstreicht das leicht und unaufdringlich wirkende Design, rückt die dargestellten Bilder in den Mittelpunkt und lässt

sie scheinbar frei im Raum schweben. Ein Nebeneffekt des schlanken Designs: Die Super Slim Modelle wiegen weniger als 20 kg, und ihr geringes Gewicht erleichtert die Installation und ermöglicht eine problemlose Wandmontage.

## Energiesparendes Netzteil

Um den Energieverbrauch nochmals weiter zu verringern, hat JVC ein schlankeres und trotzdem sehr leistungsfähiges Netzteil entwickelt. Alle für die Stromversorgung erforderlichen Bauelemente befinden sich auf einem Trägermaterial (Substrat), das direkt an der Hintergrundbeleuchtungseinheit des LCD-Panels befestigt ist. Elementarer Bestandteil der gleichermaßen innovativen wie platzsparenden Anordnung ist ein passives Kühlsystem, das auch ohne elektrische Lüfter zu starker Erwärmung des LCD-TVs verhindert. Der Energieverbrauch der neuen, superschlanken LCD-TVs liegt unter 190 Watt (z. B. LT-42S90: 183 Watt, LT-42DS9: 188 Watt). Im Vergleich zu herkömmlichen Fernsehgeräten mit gleicher Display-Größe verringert sich die Leistungsaufnahme um rund 20%. Mit diesen Werten zählen die Super Slim Modelle zu den LCD-TV-Geräten mit dem niedrigsten Energieverbrauch. Ein wahlweise zuschaltbarer Eco-Modus passt die Helligkeit des Bildschirms automatisch an die jeweiligen Lichtverhältnisse im Raum an. Dadurch lässt sich der Energieverbrauch nochmals um ca. 30 Prozent senken.

## Technische Daten und Ausstattung

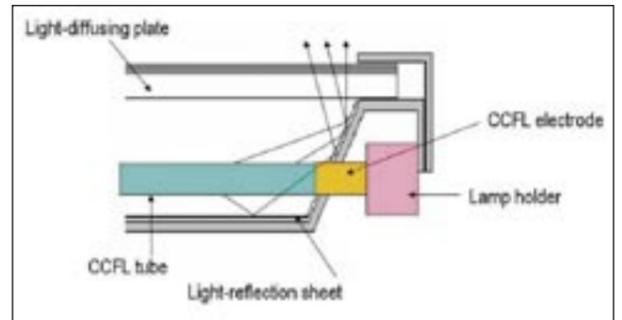
Alle Modelle der JVC Super Slim Reihe sind mit Full HD LCD-Panels im 16:9 Format ausgestattet. Das Kontrastverhältnis der 42-Zoll-Modelle beträgt 1.500:1 (dynamisch 7.500:1). Die 46-Zoll-Modelle erreichen ein Kontrastverhältnis von 2.000:1 (dynamisch 10.000:1). Der Helligkeitswert aller Geräte liegt bei 500 cd/m<sup>2</sup>. Die Reaktionszeit ist 6,5 ms, und die Betrachtungswinkel betragen horizontal wie vertikal 178 Grad. Unterstützt werden neben PAL, SECAM, NTSC in Normalauflösung alle verbreiteten HD Videoformate: 1080p/24Hz, 1080p (1125p) 50/60Hz, 1080i (1125i) 50/60Hz, und 720p (750p) 50/60Hz. Zu den Komfortmerkmalen zählen DynaPixHD-Video-processing in Echtzeit für bestechend klare, beeindruckend natürliche Fernsehbilder, MaxxBass, superschlankes Lautsprecher, Eco-Modus, Bild und Text, drehbarer Standfuß, „Multi Brand“-Fernbedienung und ein Sensor Bedienfeld für die komfortable Bedienung am LCD-TV. Für den Anschluss von Zuspiel- und Peripherie-Geräten stehen zahlreiche Anschlüsse und Schnittstellen zur Verfügung: Zwei SCART-Buchsen, RGB-Eingang, AV-Eingang, TV-Ausgang, S-Video-Eingang, AV-Eingang/-Ausgang, drei HDMI-Schnittstellen, Komponenteneingang + L-, R-Eingang, Audio-Eingang/Video-Eingang/S-Eingang/Kopfhörer und ein CI-

Slot (Common Interface). Die Modelle mit zusätzlichem digitalen DVB-T-Tuner verfügen über einen digitalen SPDIF Audio-Ausgang für PCM/Dolby Digital.

Die Modelle: 42 Zoll und 46 Zoll

Die JVC Super Slim LCD-TV-Serie umfasst zur Zeit 4 Modelle mit jeweils zwei Modellvarianten in zwei Bildgrößen: Die 42-Zoll-Geräte mit 106 cm Bilddiagonale haben die Typenbezeichnungen LT-42S90BU und LT-42DS9BU. Beide Modelle sind in der Grundausstattung identisch und verfügen über einen eingebauten analogen TV-Tuner. Das Modell LT-42DS9BU ist zusätzlich mit einem integrierten digitalen DVB-T-Tuner ausgestattet. Das gilt auch für die zwei 46 Zoll Super Slim Modelle mit 117 cm Bilddiagonale mit den Bezeichnungen LT-46S90BU und das mit einem zusätzlichen DVB-T-Tuner bestückte Modell LT-46DS9BU. Die Abmessungen der 42-Zoll-Geräte betragen: 982 x 627 x 74/19,3 mm (ohne Standfuß) und 982 x 674 x

Der verbesserte Aufbau der neuen JVC Backlight-Einheit mit optimalen Reflexionswinkeln und lichtreflektierenden Beschichtungen stellt sicher, dass die Bildfläche bis zu den Rändern hin ausgeleuchtet ist.



Die Modelle mit zusätzlichem digitalen DVB-T-Tuner verfügen über einen digitalen SPDIF Audio-Ausgang für PCM/Dolby Digital.

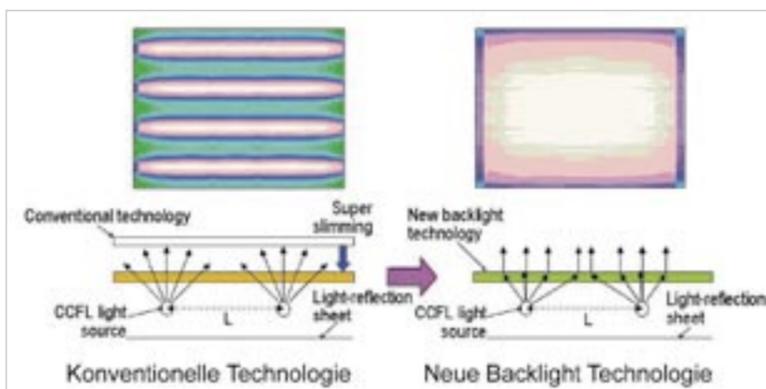
## JVC Wandhalterung für wandnahe Installation

Die neuen Super Slim LCD-TVs entsprechen den VESA-Richtlinien und erfüllen optimal die Voraussetzungen für eine einfache, problemlose Wand-aufhängung. Darüber hinaus bietet JVC auch eine eigene Lösung für einfache Montage an. Die optional erhältliche, sehr elegant anmutende Wandhalterung RK-C426WB9 ermöglicht im Unterschied zu üblichen Standardbefestigungen eine extrem wandnahe und besonders ansprechende Instal-

275/23,3 mm (mit Standfuß). Die Maße der beiden 46 Zoll großen Modelle betragen: 1.071 x 680 x 74/19,5 mm. Die 42-Zoll-Geräte wiegen nur 19,3 kg (ohne Standfuß) und 23,3 kg (mit Standfuß). Die Gewichtsangaben für die 46-Zoll-Modelle lagen bei Redaktionsschluss noch nicht vor.

## Preise und Verfügbarkeiten

Die beiden 42-Zoll-Modelle LT-42S90 und LT-42DS9 (mit DVB-T) werden ab Ende März zum UVP von 1.799,- und 1.899,- Euro lieferbar sein. Die 46-Zoll-Modelle LT-46S90 und LT-46DS9 (mit DVB-T) kommen zum UVP von 2.299,- und 2.399,- Euro im April auf den Markt. [www.jvc-europe.com](http://www.jvc-europe.com)



Die neue JVC Hintergrundbeleuchtung hat eine extrem geringe Bautiefe und sorgt trotz schmalere Bildschirmeinfassung für gleichmäßig hell ausgeleuchtete LCD-Panels



IT

## Nvidia GeForce 9800 GX2 bricht Grafikkorde

PC-Spiele mit aufwendiger DirectX-10-Grafik und Video-signal-Ausgabe in HD-Auflösung erfordern Bildraten, die nur noch mit Dual-GPU-Grafikkarten generiert werden können. Deshalb hat Nvidia die neue GeForce 9800 GX2 mit zwei GPUs bestückt, die abwechselnd jeweils ein Bild berechnen.

Nvidias neues Flaggschiff löst die Aufgabe mit zwei G92-Chips mit jeweils einem 128 Shader-ALU. Der Chip- und Shadertakt der 9800 GX2 liegt mit 600 und 1.500 MHz niedriger als bei der GTS 512. Für jede der beiden GPUs stehen 512 MB Speicher zur Verfügung, die im 1.000-MHz-Takt über einen 256 Bit breiten Bus angesprochen werden. Weil die für die Bildberechnung erforderlichen Daten in beiden Speichern parallel abgelegt werden müssen, sind die 2x 512 MB nicht mit einem 1 GB großen Speicher gleichzusetzen. Die GeForce 9800 GX2 wird von Mainboards nicht als Kombination aus zwei Nvidia-Grafikkarten (SLI-Konfiguration) erkannt, sondern als normale Grafikkarte wahrgenommen und kann deshalb auch problemlos mit Mainboards ohne Nvidia-Chipsatz eingesetzt werden. Der maximale Leistungsbedarf liegt bei 200 Watt. Auf modernen Nvidia-Mainboards mit Windows Vista Betriebssystem lässt sich die GeForce 9800 GX2, wenn keine 3D-Spiele laufen, zwecks Verringerung des Energieverbrauchs abschalten (Hybrid-Power).

Bei ersten Tests des Computer-Magazins c't generierte die GeForce 9800 GX2 im DirectX-9-Spiel „Call of Duty 4“ 70 Bilder/s und übertraf damit Nvidias bisheriges Spitzenmodell GeForce 8800 Ultra um 60 Prozent. Bei dem Spiel „Dschungel-Shooter Crysis“ erzielte die GX2-Karte bei

1.920 Pixel Auflösung und hoch eingestellter Grafikqualität 20 Bilder/s und war 65 Prozent schneller als die 8800 Ultra. Die GeForce 9800 GX2 ist zum UVP von rund 600,- Euro erhältlich. [www.nvidia.de](http://www.nvidia.de)

## Großes TV auf kleinem Nano-Stick



Der neue PCTV Nano Stick Ultimate von Pinnacle Systems ist klein und kompakt. Durch Unterstützung der neuesten TV-Empfangstechnologie DVB-T ist er gut für Besitzer von tragbaren Abspielgeräten geeignet, die mit diesen Geräten Fernsehsendungen betrachten wollen. Der Nano Stick Ultimate ist für mobile TV- und High-Tech-Fans konzipiert.



„Mit dem Nano Stick Ultimate kann jeder Filme auch im Campingurlaub anschauen, denn er ist so winzig, dass er auch ins kleinste Gepäck passt“, erklärt Hossain El Ouariachi, Marketing Manager Central Europe bei Pinnacle Systems. „Dank der neuesten DVB-T-Empfangstechnologie empfängt der Nano Stick digitales Fernsehen selbst dann, wenn das Signal schwach ist.“ Aufgrund des DistanTV kann das vom PCTV Nano Stick Ultimate empfangene TV-Signal auf jedem PC im heimischen Netzwerk wiedergegeben und per Timeshift-Funktion zeitversetzt abgespielt werden.

DistanTV bietet die Möglichkeit, sich Fernsehprogramme auf allen Computern anzusehen. Anwender können mit der beiliegenden DistanTV-Software TV-Livesendungen an bis zu drei anderen PCs im Heimnetzwerk abspielen. Eine Miniferbedienung sichert hohen, auch aus größerer

Entfernung, Bedienkomfort. Die Stromversorgung erfolgt über den Computer. Fernsehsendungen werden auf der Festplatte des Computers in den Formaten MPEG-1/2 und DivX gespeichert oder direkt auf eine DVD gebrannt, die dann auf normalen DVD-Playern abgespielt werden kann. Der PCTV Nano Stick Ultimate kann frei empfangbare Sendungen auch in HDTV im Standard MPEG-2 oder dem neuen Standard MPEG-4 H.264 (AVC) zeitversetzt empfangen, darstellen und aufnehmen und ist zum UVP von 59,- Euro erhältlich. [www.pinnaclesys.com](http://www.pinnaclesys.com)

## Data Becker: Ratgeber zu YouTube und MySpace



Wer in Nachrichten und Magazinen schon oft von YouTube und MySpace gehört und gelesen und sich jedesmal vorgenommen hat, sich dort mal umzusehen, ohne es dann zu tun, der ist mit einer oder beiden der Bücher „Die besten Tipps zu YouTube“ und „Die besten Tipps zu MySpace“ von Data Becker gut bedient. Online-Communities und Videoportale erfreuen sich im Internet großer Beliebtheit und bieten jedem eine ideale Bühne, um sich selbst perfekt zu präsentieren und Gleichgesinnte bei Hobby und Interessen zu finden. MySpace und YouTube zählen zu den größten und bekanntesten Portalen des Mitmach-Internets.

Die beiden Bücher mit zahlreichen Hinweisen, Anleitungen und Praxis-Workshops helfen dabei, auf beiden Portalen schnell Fuß zu fassen und den richtigen Start hinzulegen. Beide Bücher gehören zu der Buchreihe „Auf die Schnelle“, in



der praxisnah die wichtigsten Tools und Funktionen dargestellt werden, so dass Anwender ohne große Einarbeitung direkt starten können. „Die besten Tipps zu MySpace“ (ISBN: 9-783815-817308) und „Die besten Tipps zu YouTube“ (ISBN: 9-783815-817315) kosten jeweils 6,95 Euro. [www.databecker.de](http://www.databecker.de)

## 4-Port USB-Hub aktiv Glossy von bazoo



Computerzubehör, das nicht grau und unauffällig unter anderen Sachen auf dem Schreibtisch verschwindet bietet Vivanco mit dem „bazoo 4-Port USB-Hub Glossy“ an: Seine außergewöhnliche Form, drei trendige Metallic-Farben in Grün, Blau und Orange sowie ein praktisches Power Indication Light (PIL) machen den Glossy zum Star unter den sonst eher langweilig anmutenden USB-Hubs, den man nicht lange suchen muss, wenn man ihn braucht. Der bazoo Glossy-Hub verfügt über vier USB-2.0-Ports. Einer davon befindet sich auf der Oberseite des Geräts und ist mit einer Schutzklappe versehen. Alle Anschlüsse sind so angeordnet, dass die Verdeckung eines anderen Steckplatzes durch den Anschluss größerer Geräte wie z. B. USB-Speichersticks ausgeschlossen ist. Typische bazoo-Eigenschaften hat auch der USB-Stecker aufzuweisen: Dazu gehört sicherlich das exklusive bazoo-Design mit einem blau hinterleuchteten Drachenkopf. Ausgeliefert wird der Hub als Verkaufsdisplay in einer attraktiven Verpackung, das flexibel am Haken oder im Regal platziert werden kann. Zum Lieferumfang gehört noch ein 1,8 m langes USB-Anschlusskabel. Der „bazoo 4-Port USB-Hub Glossy“ ist ab Mitte April zum UVP von 22,99 Euro lieferbar. [www.bazoo.de](http://www.bazoo.de)



## Portabler Alleinunterhalter



Für beste Unterhaltung auch unterwegs sorgt der tragbare DVD-Player Sony DVP-FX720: Neben Videos gibt der in trendigen Farben erhältliche Player auch perfekt Musik und Fotos wieder und überzeugt neben seiner guten Bild- und Audio-Qualität auch durch sein zugleich jugendliches und elegantes Design. Der DVP-FX720 ist mit einem 7 Zoll (18 Zentimeter) großen Display ausgestattet, besitzt einen Doppel-Kopfhörerausgang mit Lautstärkereglern und verfügt über mehrere leistungsstarke integrierte Lautsprecher. Das Gerät wird zusammen mit einer Fernbedienung sowie zugehörigem Kfz-Adapter ausgeliefert. Mit bis zu fünf Stunden Akkulaufzeit verfügt der Sony DVP-FX720 über ausreichende Energiereserven für netzunabhängige Unterhaltung auf einer längeren Fahrt oder bei einem faulen Tag im Schwimmbad oder Garten. Über eine USB-Schnittstelle lassen sich einfach und bequem eine Kamera oder ein USB-Stick anschließen. Im Auto versorgt der zum Lieferumfang gehörende Kfz-Adapter den DVD-Player mit Strom. Erhältlich ist der portable Sony DVP-FX720 DVD-Player ab Mitte April zum UVP von 199,- Euro in vier verschiedenen Farben je nach individuellem Geschmack: Pure White, Blazing Red, Indigo Blue und Glamour Pink. [www.sony.de](http://www.sony.de)

## Aktuell

### Panasonic Toughbooks mit Intel Atom Prozessor

Panasonic hat die Einführung neuer Toughbook-Modelle angekündigt: In der Entwicklung befinden sich ein extrem robuster Handheld Ultra Mobile PC (UMPC) für den Außeneinsatz und ein Mobile Clinical Assistant (MCA) für Kunden aus dem Healthcare-Segment. Die beiden neuen Geräte sind weltweit für Anwendungen in den Bereichen Gesundheitswesen, Sicherheit, Versorgung und im kaufmännischen Umfeld einsetzbar. Mit diesen Produkten unterstreicht Panasonic seine führende Rolle in der Entwicklung zuverlässiger mobiler Computer-Lösungen für Vertikalmärkte. Sowohl der UMPC als auch der MCA werden mit einem Intel Atom Prozessor, basierend auf der Low Power Architektur, ausgestattet sein. Mit seiner Technologie und einem angepassten Microsoft Windows Betriebssystem bietet der UMPC eine gelungene Kombination aus Technologie, Ergonomie und Netzwerk-Zugang für auf den Außendienst spezialisierte Fachkräfte. Der

MCA ist ein leichtes, für den tragbaren Einsatz entworfenes, spritzwassergeschütztes, sturzresistentes und leicht zu desinfizierendes Gerät, das selbst höchsten Ansprüchen an Mobilität und Networking innerhalb einer bestehenden IT-Landschaft gerecht werden kann. Der MCA ermöglicht Pflegekräften den Abruf von Krankenakten und die Dokumentation des Patientenbefindens und erleichtert die Optimierung klinischer Prozesse. [www.toughbook.eu](http://www.toughbook.eu)

### Next Generation Dolby Soundqualität für PCs

Mit der Veröffentlichung des PC Entertainment Experience-Programms der nächsten Generation leitet Dolby Laboratories einen wichtigen Schritt zur Optimierung der PC-basierten Unterhaltung ein. Eine komplette Suite aus Tonbearbeitungs- und Verbindungstechnologien von Dolby sollen das Hörerlebnis für die Anwender in vieler Hinsicht verbessern. Dazu gehören neue Audio-Funktionen, Unterstützung für 7.1-Kanal-Surround-Sound und zahlreiche weitere Möglichkeiten zur Optimierung und Kontrolle der PC

Entertainment Experience mit Hilfe des Dolby Control Centers. Das Dolby PC Entertainment Experience-Programm hatte Dolby vor mehr als vier Jahren mit der Absicht gestartet, dem Anwender mehr Freiheit und Flexibilität bei dem Genuss von Surround-Sound in unterschiedlichen Wiedergabe-Umgebungen zu bieten. „Heute nutzen Millionen Menschen weltweit ihren PC, um Musik zu hören, Filme anzuschauen und Spiele zu spielen“, erklärt Keith Kowal, Marketing Manager, PC Business, Dolby Laboratories. „Der Ton spielt beim Unterhaltungserlebnis eine entscheidende Rolle. Die Leute erwarten hochwertigen Klang, den sie auf einfache und unterhaltsame Art erleben können. Mit der neuesten Version des PC Entertainment Experience-Programms erhalten PC-Hersteller eine leistungsstarke Möglichkeit zur Integration aller Funktionen mit den gleichen Leistungsmerkmalen und derselben Flexibilität, wie man sie auch in gängigen Geräten der Unterhaltungselektronik findet.“ Wichtige Neuerung des PC Entertainment Experience-Programms ist das Dolby Control Center, eine benutzerfreundliche grafische Bedienoberfläche, mittels der sich das

Hörerlebnis einfach konfigurieren und komfortabel kontrollieren lässt. [www.dolby.de](http://www.dolby.de)

### Samsung und Toshiba „grünste“ Unternehmen

In ihrer vierteljährlich erscheinenden Publikation „Guide to Greener Electronics“ führt die Umweltschutzorganisation Greenpeace diesmal Samsung und Toshiba mit jeweils 7,7 von 10 möglichen Punkten auf den ersten Plätzen der Rangliste. Bei der Platzierung werden umweltrelevante Fakten wie der Einsatz schädlicher Chemikalien bei der Produktion und in den Produkten oder Recycling-Angebote und Rücknahme von Altprodukten berücksichtigt. Samsung punktete bei der Vermeidung von giftigen Chemikalien in seinen Elektronikprodukten. Abzüge gab es für die Tatsache, dass der koreanische Konzern seine Altprodukte nicht in allen Ländern freiwillig zurücknimmt und entsorgt. Toshiba hat sich mit durchgehend guten Bewertungen beim Recycling und mit Verbesserungen bei der Vermeidung von Chemikalien-Einsatz auf der Liste ganz oben positioniert. Sony Ericsson

fiel auf Platz 7 zurück, weil das Unternehmen nach Meinung von Greenpeace seinen Aufklärungspflichten gegenüber dem Endverbraucher nicht ausreichend nachgekommen sei. Der frühere Tabellenführer Nokia, der wegen der Nichtumsetzung vollmundig angekündigter Rücknahmeprogramme um neun Plätze zurückgefallen war, hat sich wieder auf Rang drei hochgearbeitet.

### 2,5 Zoll/500 GB SATA-Festplatte von Fujitsu

Fujitsu Europe Ltd. will im Mai die 2,5 Zoll Mobile-Festplatten Serie MH22-BT mit bis zu 500 GB (1/2 Terabyte) Speicherkapazität auf den Markt bringen – eine der höchsten Kapazitäten für Festplatten 2,5 Zoll und 4.200 Upm. Die neue energiesparende HDD-Serie hat Fujitsu für den steigenden Speicherbedarf in digitalen Videorecordern, Set Top Boxen, PCs und externen Festplatten entwickelt. Die MH22-BT-Serie, ausgestattet mit der Perpendicular Magnetic Recording (PMR)-Technologie, überträgt Datenmengen von bis zu 300 MB pro Sekunde über ihre 3,0Gb Serial ATA (SATA) Schnittstelle. [www.emea.fujitsu.com](http://www.emea.fujitsu.com)

IT



## Asus Eee-PC 900 kommt im Sommer

Mit dem Eee-PC 900 hat Asus ein erstes Gerät der nächsten Eee-PC-Generation angekündigt. Der 4G, den Asus Ende 2007 als erstes Eee-PC Mini-Notebook auf den Markt brachte, wurde inzwischen 350.000mal verkauft. Die Nachfrage ist so groß, dass er bisher in Deutschland nur selten zu bekommen war. Im Jahr 2008 plant der Hardware- und Mainboard-Hersteller, 3 bis 5 Millionen Eee-PCs zu verkaufen. Das nächste Modell 900 wird ein größeres Display mit 8,9-Zoll-Bilddiagonale mit 1.280 x 600 Bildpunkten besitzen und mit 1 GB DDR2 RAM bestückt sein. Der G4 verfügte nur über 512 MB Arbeitsspeicher. Der eine Festplatte ersetzende Flash-Speicher vergrößert sich von 4 GB auf 12 GB. Mit seinen Abmessungen ist der Eee-PC 900 nur geringfügig



größer als das 4G-Modell und mit 950 Gramm nur 30 Gramm schwerer. Integriert ist ein Card Reader für MMC/SD/SDHC Flash-Speicher-Karten. Für effektive Kommunikation stehen 10/100 LAN und eine WLAN Schnittstelle nach Standard 802.11b/g bereit. Unterstützt wird High Definition Audio/Stereo mit eingebautem Lautsprecher und Mikrofon. Die Laufzeit mit einer Akkuladung gibt Asus mit 3,5 Stunden an. Der Eee-PC 900 wird laut den Ankündigungen Windows-tauglich sein. Allerdings soll auch der Eee-PC 900 mit Linux-Betriebssystem ausgeliefert werden. Die Kosten für ein vorinstalliertes Windows würden den Verkaufspreis deutlich über die genannten 399,- Euro treiben. [www.asus.com](http://www.asus.com)

## PVR mit 1.080i Echtzeit-H.264-Encoder

Mit dem HD-PVR bietet Hauppauge seinen ersten USB-HD-Recorder mit integriertem H.264-Hardware-Encoder an. Mit einer hochwertigen YUV- oder S-Video-/Composite-Video-Verbindung an den Video-Ausgang einer Settop-Box oder anderen Signalquelle angeschlossen und über USB2-Kabel mit PC oder Notebook verbunden, kann der HD-PVR analoge Videoinhalte in Echtzeit und in HD-Qualität bis zur Auflösung von 1.080i aufzeichnen und wiedergeben. Die im Lieferumfang enthaltene Brennsoftware unterstützt unter anderem das Brennen von DVDs, die sich auf einem Blu-ray DVD-Player abspielen lassen. Audiosignale können digital über eine optische S/PDIF-Verbindung oder analog über die RCA-Audioeingänge (Cinch, L/R)

eingespeist werden. Das Eingangssignal wird von dem integrierten HD-Encoderchip in Echtzeit ins H.264-Format umgewandelt und zur Aufzeichnung per USB2-Verbindung zum PC übertragen. Der HD-Encoderchip ermöglicht Aufzeichnungen in den Bildschirmauflösungen VGA/D1, 720p und 1.080i mit variablen oder konstanten Bitraten von 1 bis 13,5 Mbit/s. Zeitgesteuerte Aufnahmen lassen sich über den mitgelieferten Hauppauge-IR-Blaster realisieren, der z. B. bei einer angeschlossenen Set-Top-Box die Programmumschaltung per Infrarotsignal übernimmt. [www.hauppauge.de](http://www.hauppauge.de)

## Microsoft: Wireless Laser Desktop 7000

Sein modernes Design, das ultraflache Gehäuse und der transparente Rahmen machen das Wireless Laser Desktop 7000 zum optischen Leckerbissen. Anwender können sich über zahlreiche Design-Elemente freuen: transparenter Rahmen, schwebende Favoritentasten mit Zugriff auf die am häufigsten besuchten Webseiten, Ordner und Dateien. Sehr angenehm sind die extrem leisen Tasten. Das sanft geschwungene Tastenfeld garantiert ergonomisches Arbeiten am PC. Die wiederaufladbare Wireless Laser Mouse 7000 komplettiert das Microsoft Power-



Paket. Mit ihrer schimmernden Metallic-Einfassung, der ergonomischen Form und dem 4-Wege-Scrollrad liegt sie auch bei stundenlangem Arbeit noch komfortabel in der Hand. Das Microsoft Wireless Laser Desktop 7000 nutzt das 2,4 GHz Band. Störungen gehören der Vergangenheit an. Per Plug-and-Play können Anwender Signale in bis zu neun Metern Abstand ohne Unterbrechungen empfangen. Ebenfalls neu ist das Digital Media Keyboard 3000, das für den digitalen Lifestyle optimiert ist: Mit nur einem Klick erwachen Fotos, Windows Media Player oder Zoom zum Leben. Das ultraflache Keyboard glänzt mit mehrfach belegten F-Tasten für häufig verwendete Funktionen, Windows Vista Buttons und Flip 3D. Das Microsoft Wireless Laser Desktop 7000 ist ab Mitte April zum UVP von 119,99 Euro erhältlich, das Digital Media Keyboard 3000 ab 21. Mai 2008 zum UVP von 34,99 Euro. [www.microsoft.com](http://www.microsoft.com)

## Terratec Cinergy Hybrid T USB

Die Cinergy Hybrid T USB XS FM von Terratec macht ein Notebook oder einen ASUS Eee-PC für kostengünstige 99,99 Euro (UVP) zum mobilen TV-Gerät mit Stereo-Sound-Empfang: Die Cinergy Hybrid T USB



XS FM empfängt digitales Fernsehen oder analoges Radio in Stereo-Qualität. Der ultrakompakte TV-Tuner wird einfach per USB 2.0 Schnittstelle an einen Rechner angeschlossen. Schon ist man in der Lage, alle im Sendebereich verfügbaren analogen und digitalen TV-Sender zu empfangen oder über den integrierten FM-Tuner UKW-Radio zu hören. Die mitgelieferte DVB-T-Kompaktantenne ermöglicht den Empfang in Gebieten mit guter DVB-T-Abdeckung. Auf Komfort muss man nicht verzichten, denn eine passende Fernbedienung gehört zum Lieferumfang. Möglich ist nicht nur der digitale TV-Empfang, sondern auch Fernsehaufzeichnung auf dem Notebook. Die optimalen Voraussetzungen und Funktionen dafür bietet das mitgelieferte TerraTec HomeCinema (THC). Mittels integriertem Time-Shifting (zeitversetztem Fernsehen) kann der Anwender das Betrachten laufender Sendungen unterbrechen und zu einem späteren Zeitpunkt an der gleichen Stelle fortsetzen. Notebook oder Rechner werden zum leistungsfähigen Videorecorder mit manueller oder gesteuerter Aufnahme (auch per Internet oder Handy). Zur Verfügung stehen auch Multituner-Unterstützung, Bild-in-Bild-Funktion, Sender- und Favoritenverwaltung und eine komfortable Suchfunktion für den elektronischen Programmführer (EPG). Zum gelieferten Paket gehört MAGIX „Filme auf CD & DVD TV Edition“, mit dem auch unerfahrene Benutzer komfortabel Werbung entfernen, Bild und Ton optimieren oder DVD-Menüs gestalten können. [www.terratec.net/de](http://www.terratec.net/de)

## Weltweit erster 400 Mbit/s HomePlug AV

Der Aachener Netzwerk-Spezialist devolo AG, Pionier der HomePlug-Technologie und in Europa Marktführer, will als erstes Unternehmen weltweit einen 400 Mbit/s HomePlug AV auf den Markt bringen. Bisher lag die oberste Messlatte für HomePlugs bei 200 Mbit/s. devolo will die Übertragungsgeschwindigkeit über das hausinterne Stromnetz nun auf 400 Mbit/s verdoppeln. Mit zunehmenden Anwendungsmöglichkeiten für Heimnetzwerke wachsen auch die zu transportierenden Datenmengen. Wie die Zukunft für stromleitungs-basierte Home Networks aussieht, hat devolo mit dem „Proof of Concept“ anlässlich der weltweit ersten 400 Mbit/s-Demonstration vorgeführt. Die erweiterte Technologie ist voll abwärtskompatibel zu HomePlug AV, und das simultane Übertragen von bis zu fünf HDTV-Streams oder das gleichzeitige Verteilen von High-Definition-Videos in mehrere Räume ist mit dieser Technik ebenso möglich

wie IPTV oder VoIP. Erste 400 Mbit/s Produkte sollen voraussichtlich im zweiten Halbjahr 2009 die Marktreife erreichen. [www.devolo.de](http://www.devolo.de)

## Externes Lite-On Blu-ray Laufwerk

Philips & Lite-On Digital Solutions (PLDS) haben ihr erstes externes BD-ROM Laufwerk präsentiert: Mit der Markteinführung des neuen DX-401S vervollständigt PLDS seine Blu-ray Produktserie, bisher bestehend aus einem internen BD-ROM Laufwerk und einem BD-Brenner, nun mit einem externen BD-ROM Laufwerk.



„Dank der Entwicklungen auf dem Markt können wir mit einem starken Wachstum von High-Definition-Filmen auf Blu-ray Disks rechnen“, erläutert Jelmer Veldman, European Marketing Manager bei PLDS. „Der Markt hat die Blu-ray Disks als Standard für HD-Content angenommen. Infolgedessen steigt nun die Nachfrage an Blu-ray-Laufwerken. Das portable externe Lite-On BD-ROM Laufwerk ermöglicht die Wiedergabe von Blu-ray Disks auf jedem beliebigen PC via USB 2.0 Anschluss“, ergänzt Jelmer Veldman. Das externe BD-ROM Laufwerk DX-401S liest alle gängigen optischen Medien, inklusive BD-R/RE/ROM Medien, Single Layer und Double Layer Disks, mit vierfacher Geschwindigkeit. Single Layer DVD±R oder DVD-ROM liest das Laufwerk mit 12facher, Double Layer DVD±R und Single Layer DVD±RWs werden mit 8facher Geschwindigkeit ausgelesen. Bei CD-R/RW/ROM wird eine Lesegeschwindigkeit von 32 x erreicht. Für seinen modernen Look mit Schwarzweiß-Design hat das deutsche Design Zentrum Nordrhein Westfalen dem DX-401S den „Red Dot Award“ zugesprochen. Das DX-401S BD-ROM Laufwerk von Philips & Lite-On Digital Solutions wird im zweiten Quartal 2008 in Europa verfügbar sein. Ein genauer Verkaufspreis steht noch nicht fest. [www.liteonit.eu/de](http://www.liteonit.eu/de)

## Internetradio Yur.Beat mit Capsule Speaker

Yuraku hat ein attraktives Entertainment-Bundle für Endkunden geschnürt: Im Bundle enthalten sind das hochwertige Internetradio „Yur.Beat Fusion Stream“ und der portable Lautsprecher „Yur.Beat Capsule Speaker“. Das Yur.Beat Fusion Stream empfängt kabellos Internet-Radiostationen und gibt MP3-Dateien wieder. Das Gerät besitzt ein 2,4 Zoll großes Farbdisplay und verfügt über



1 GB integrierten Speicher. Es empfängt 10.000 Internetradiostationen via Wireless LAN und holt sich auch vom eigenen PC gestreamte Musiktitel per WLAN. Videos werden auf dem TFT-Display mit 262.000 Farben, in der Auflösung von 320 x 240 Bildpunkten wiedergegeben. Die perfekte Ergänzung zum Yur.Beat Fusion Stream ist der kleine „Capsule Speaker“-Lautsprecher. Zusammen ermöglichen die beiden Geräte auch unterwegs volles Entertainment, und Freunde können den Liebblingssender über die Lautsprecher mithören. Ein Vakuum verwandelt die flexible Membran des Capsule Speaker in einen Basslautsprecher und sorgt für kraftvolle Tiefen wie bei einem Subwoofer. Der Capsule Speaker gibt trotz seiner kompakten Abmessungen bemerkenswerte 2,4 Watt Leistung ab, und seine Klangqualität kann sich hören lassen. Als Anschlüsse stehen ein USB-Stecker und eine 3,5 Millimeter Stereoklinke zur Auswahl. Das Yuraku Internetradio Yur.Beat Bundle ist zum UVP von 159,- Euro zu haben. [www.yuraku.de](http://www.yuraku.de)

## Update: WinDVD 9 mit Blu-ray Unterstützung

Corel hat die neueste Version seiner DVD-Player-Software „WinDVD 9 plus Blu-ray“ veröffentlicht. Die Software spielt neben DVDs und DivX-Videos auch Blu-ray- und HD-DVD-Filme ab, auch die von vielen Camcordern aufgezeichneten H.264/MPEG-4-basierten AVCHD-Aufnahmen. Nach Angaben von Corel werden alle aktuellen Blu-ray Funktionen unterstützt. Abgespielt werden auch Filme, die mit Bild-in-Bild-Funktionen erstellt wurden, oder Filme, die durch den Kopierschutz AACs- oder BD+ gegen unauthorisierte Vervielfältigung geschützt sind. Filme in Standardauflösung können mit der Funktion „All2HD“ auf High Definition Auflösung hochskaliert werden.

Mit der Funktion „Digital Natural Motion“ werden zusätzliche Zwischenbilder berechnet, um mit 24 oder 25 Bildern pro Sekunde aufgenommene Kinofilme auch auf Displays mit 60 Hz Bildwechselfrequenz ruckelfrei (without juddering) abzuspielen.

Eine Vollversion „WinDVD 9 plus Blu-ray“ mit allen erforderlichen Audio-Codecs ist zum UVP von 79,- Euro erhältlich. Die kostenlose 30-Tage-Version ohne Blu-ray- und HD-DVD-Unterstützung ist als Download verfügbar. [www.corel.com](http://www.corel.com)

# Pos Aktuell

## PoS-MAIL verstärkt

Seit dem Januar verstärkt Bernhard Reimann (45) das Team der PoS-MAIL. Der gelernte Fernmeldeelektroniker und Journalist ist seit über 15 Jahren in der Fachhandelsbranche unterwegs. Nach der Gründung der Presseagentur Reimann als IT-Spezialist 1989 und mehreren Jahren beratender Tätigkeit für Industrie- und Wirtschaftskunden war er bei verschiedenen wichtigen Fachmagazinen tätig. Bei der PoS-MAIL verstärkt der Branchenkenner sowohl das Marketing als auch die Redaktion und ist an der Weiterentwicklung des Fachhandelsmagazins beteiligt.



Bernhard Reimann

## Premiere mit neuer Verschlüsselungstechnik

Ab dem 2. Quartal 2008 wird die Premiere AG eine neue Verschlüsselungstechnologie einführen. Der Münchner Abo-Sender reagiert damit auf eine Sicherheitslücke im Verschlüsselungssystem Nagravision von Kudelski. Ein Gutachten, das der TÜV Rheinland im Auftrag von Premiere erstellt hat, kommt zu dem Schluss, dass es kriminellen Hackern gelungen ist, mit modifizierten Digital-Receivern



Pay-TV-Programme illegal zu empfangen. Die im Ausland hergestellten Receiver werden mittlerweile im größeren Umfang in Deutschland verkauft. Dies hat seit dem Weihnachtsgeschäft auch Auswirkungen auf den Geschäftsverlauf

und das Wachstum von Premiere. Aus diesem Grund wird ab dem 2. Quartal eine neue Smartcard-Generation eingeführt, mit der diese Sicherheitslücke geschlossen wird. [www.premiere.de](http://www.premiere.de)

## Digitales Satelliten-Fernsehen für den PC

TerraTec Electronic aktualisiert jetzt sein TV-Portfolio um die Cinergy S PCI. Es handelt sich um eine digitale Einsteckkarte für PCs. Voraussetzung für den Empfang: Es muss ein digitaler Satelliten-Anschluss vorhanden sein. Mit der Cinergy C PCI wird der PC zum Zweitfernseher – und auch zum Zweitradio. Denn neben TV-Programmen werden auch digitale Radioprogramme in bester Qualität übertragen. Mit der optimierten TV Software von TerraTec (THC – TerraTec Home Cinema) wird der Rechner auch zum Videorecorder. Eine Fülle von Funktionen bietet dieses Programm: Mit Time Shifting (zeitversetztes Fernsehen) kann jeder Zuschauer laufende Sendungen unterbrechen und an der gleichen Stelle zu einem späteren Zeitpunkt wieder einsteigen. THC deckt die ganze Bandbreite des TV-Einsatzes ab: Der Rechner wird zum leistungsfähigen Videorecorder mit manueller oder gesteuerter Aufnahme (sogar per Internet oder Handy). Ab sofort gibt es darüber hinaus nicht nur Multituner-Unterstützung, sondern sogar Bild-in-Bild-Funktion. Neben einer umfangreichen Sender- und Favoritenverwaltung glänzt THC jetzt auch mit einer komfortablen Suchfunktion für den elektronischen Programmführer (EPG). Mit der EPG-Suche ist es möglich, wie bei Google mittels Stichworten nach bestimmten TV-Sendungen zu fahnden und gleich zu programmieren. [www.terratec.de](http://www.terratec.de)

## Europaweites Mobilfernsehen

Die EU-Kommission hat das Format „DVB-H“ als europäische Norm für Mobilfernsehen festgelegt. Die Aufnahme in das EU-Verzeichnis der

Normen treibt den Aufbau eines Binnenmarktes für das Mobilfernsehen in Europa voran. DVB-H (Digital Video Broadcasting – Handheld) als Norm ermöglicht es den EU-Bürgern, jederzeit und überall mit ihrem eigenen Handy oder anderen mobilen Geräten fernzusehen. Bis 2011 sollen weltweit 500 Millionen Zuschauer mobil fernsehen und ein Marktvolumen von 20 Milliarden Euro erzielen. Die EU-Medienkommissarin Viviane Reding begrüßte die Normierung: „Das Mobilfernsehen wird sich erst dann in Europa richtig etablieren, wenn die Frage der Technik geklärt ist. Deshalb freue ich mich über den heutigen Beschluss, mit dem die EU die DVB-H-Norm als bevorzugte Übertragungstechnik für den terrestrischen Mobilfunk festlegt. Der nächste Schritt zur Umsetzung der EU-Strategie für das mobile Fernsehen umfasst Vorgaben für Genehmigungssysteme und die Förderung von Rechtemanagementsystemen, die wie DVB-H auf offenen Standards beruhen.“ DVB-H ist gegenwärtig die am weitesten verbreitete Mobilfernsehnorm in der EU. Sie befindet sich derzeit in 16 Ländern zwischen Erprobung und Markteinführung.

## Marken-Award 2008 für Loewe

Loewe hat den Marken-Award 2008 erhalten, die höchste Auszeichnung, die die deutsche Marketingbranche zu vergeben hat. Loewe erhielt den Preis in der Kategorie „Bester Marken-Relaunch“, weil das Unternehmen „mit einer konsequenten Premiumstrategie die Markenkrise gemeistert, den Turnaround geschafft und schließlich das Premiumsegment für Flat-TVs im Sturm erobert hat“, so die Jury. [www.loewe.de](http://www.loewe.de)

## OKI Printer Flatrates

Gut zwei Jahre nachdem OKI als erster Hersteller eine Printer Flatrate einführt, bieten ab sofort über 80 optimierte Tarifmodelle kostengünstigen und -transparenten Druck für jegliche Anforderungen der Kunden bereits ab 49,- Euro pro Monat. Die

## Klaus Deisler verstorben

Am 26. Februar 2008 ist Klaus Deisler im Alter von 62 Jahren verstorben. Klaus Deisler war von Januar 1979 bis zum Juni 2001 mit einer kurzen Unterbrechung bei Loewe als Vertriebsleiter und Geschäftsführer tätig. Als Vorstand war er zuletzt verantwortlich für die Bereiche Marketing und Vertrieb. Durch seine hohe Fachkompetenz, seine vielfältigen Erfahrungen, seine weitreichenden persönlichen Kontakte und sein großes Engagement hat Klaus Deisler die Unternehmensentwicklung von Loewe entscheidend mitgestaltet. Er war aufgrund seiner herausragenden Persönlichkeit und seines großen Ansehens in der Branche ein Garant für das Vertrauen des Handels zur Marke Loewe. Mit seiner vertrauensvollen, offenen und kooperativen Art war er gleichermaßen geschätzt bei Handelspartnern, Mitarbeitern und Kollegen.



neuen OKI Printer Flatrates reichen dabei von A4- bis A3-Farbseiten druckern über MFPs bis hin zu professionellen Proof-Druckern. Dabei können Anwender entsprechend ihres Einsatzbereiches und durchschnittlichen Flächendeckungsgrades ab sofort zwischen verschiedenen Tarifen für Office- und Graphic Arts Druckumgebungen sowie zwischen Laufzeiten von 12 oder auch 24 Monaten wählen. [www.oki.de](http://www.oki.de)

unterstützen und ihre Margen sichern. Teilnehmer von PROfit+, die das angestrebte Umsatzziel am Quartalsende erreicht haben, erhalten eine „Kickback-Marge“ von sechs Prozent. PROfit+ richtet sich vor allem an Fachhändler, die bisher

## Partnerprogramm erweitert

Samsung ergänzt sein Power Partner Angebot für Fachhandelspartner ab sofort um das PROfit+ Programm. Mit zusätzlichen Vergütungen soll es die Händler stärker an die Marke Samsung binden, sie bei der Steigerung der Verkaufszahlen

noch keine Samsung Partner sind. Ziel des PROfit+-Angebots ist die Steigerung der Absatzzahlen und die Vergrößerung des Partnernetzwerks. [www.samsung.de/powerpartner](http://www.samsung.de/powerpartner)

OLYMPIA WEB + TRADE 3000

**INTERNET-RADIO-MICROANLAGE**  
mit Ethernet und WLAN,  
CD-Player,  
USB-Steckplatz/  
SD-Kartenfach

Mehr Informationen erhalten Sie unter:  
[www.olympia-business.de](http://www.olympia-business.de)



**OLYMPIA**

## Nabaztag, der WiFi Hase

„Es war einmal...“ gewinnt eine ganz neue High-Tech-Bedeutung. Das französische Unternehmen Violet startet mit dem WiFi Märchen-Hasen „Nabaztag“ eine neue Ära elektronischer Märchenbücher. Bislang konnte der WiFi Hase Nabaztag das Vorlesen, was sein Besitzer hören will. News, Wettervorhersagen, einkommende E-Mail-Nachrichten holt Nabaztag automatisch über das Internet und gibt sie in der gewünschten Sprache und mit der ausgesuchten Stimme wieder. Violet, die Entwickler des WiFi Hasen, gehen jetzt den nächsten Schritt in der Evolution ihres Wireless-Bunnys. In Kooperation mit dem französischen Verlag Gallimard Jeunesse hat Violet mit dem Einsatz eines RFID-Ztamps Nabaztag zum Erzählen gebracht.

Mittels eines RFID Tags (Ztamps) auf einem Kinderbuch fängt Nabaztag an, sobald der RFID Ztamp in Reichweite ist, die Geschichte vorzulesen. Er greift auf das Internet zu und holt sich die Datei zum Buch. Durch die Bedienung seiner Ohren kann man die Kapitel vor- oder zurückspulen. Der intelligente Hase kann sich auch merken, wo man die Geschichte unterbrochen hat und fängt beim nächsten Hinhalten des Buches wieder an der Stelle an zu lesen, wo er aufgehört hat.

Rafi Haladjian, Mitbegründer von Violet, kommentiert die Einführung des Violet Ztamps mit dem Kinderbuch von Gallimard Jeunesse: „Unsere Kooperation mit Gallimard Jeunesse macht es möglich, dass Violet die erste RFID Anwendung, die auf Consumer-Niveau stattfindet und für ein breites Publikum geeignet ist, zeigen kann. Heute verbinden wir mit unserem Ztamp Bücher und morgen viele weitere Objekte, die uns umgeben und die genauso über das Internet lebendig werden könnten.“

In 2008 will Violet eine Million kommunizierender Objekte (Nabaztag, RFID Bücher, andere RFID Produkte und neue Produkte) im Markt haben, die entweder von Violet selber oder von Unternehmen stammen, die in Kooperation mit Violet diese neue zauberhafte und futuristische Welt entdecken und mitgestalten wollen. Der Nabaztag ist im Handel zum Preis von 149 Euro erhältlich. In Frankreich geht das Kinderbuch „La belle lisse poire du prince de Motordu“ von Pef mit dem Ztamp an den Start zum Preis von 9,80 Euro. [www.nabaztag.com](http://www.nabaztag.com)



## Digitale Haustechnik im Smart Home

Nur eine Fernbedienung ist nötig, um alles unter Kontrolle zu haben: Klima, Licht, Musik und die eigene Sicherheit. In einem Niedrigenergiehaus im Paderborner Technologiepark präsentieren 40 Unternehmen innovative Wohntechnologie, vernetzt zu einem „SmartHome“. Maßgeblich beteiligt an der Umsetzung des intelligenten Musterhauses war der Paderborner Fachmarkt Euronics Nixdorf. Die Elektrospezialisten lieferten und installierten die gesamte Unterhaltungselektronik des Hauses.

Unternehmen, die sich mit diesem Thema auseinandersetzen und sich entweder die notwendige Planungskompetenz selber aneignen oder mit Partnerfirmen kooperieren, haben in diesem Wachstumssegment große Entwicklungschancen. „Das digitale Heim sorgt für hohe Wachstumsraten auf dem deutschen Markt für IT und Unterhaltungselektronik“, so Sabine Oehme, Bereichsleiterin Haustechnik bei Euronics. „Für das installierende Euronics-Mitglied mit entsprechender Planungskompetenz bietet Smart Home lukrative und vielfältige Möglichkeiten“, so Oehme weiter. „Die Einbindung von Energie- und Heizungsmanagement, Licht- und Alarmsteuerung sowie die Abstimmung



medialer Komponenten aus dem CE-Bereich werden bei Smart Home benutzerfreundlich zusammengeführt.“

Das smarte Heim in Paderborn verbindet die digitalen Technologien des Musterhauses und integriert diverse Hausautomationssysteme in ein umfassendes Regulierungssystem. Nutzer können beispielsweise ihre Fotos, Filme oder Musik von einem Mediacenter aus im Wohnzimmer abspielen. Heizung, Rollläden, Hausüberwachung und Licht werden auf bequeme Weise zentral reguliert und gesteuert. Die verwendete Technik in Hard- und Software macht das Leben im SmartHome Paderborn für alle Altersgruppen leichter. Komplizierte technische Geräte und Abläufe werden im

intelligenten Heim vereinheitlicht und in der Verwendung vereinfacht.

„Der wichtigste Impuls für die Heimvernetzung wird aus dem Wohnzimmer kommen. Mit der Konvergenz der Geräte erhalten die intelligenten Systeme langsam, aber sicher einen festen Platz in den Gebrauchsgewohnheiten und damit im Bewusstsein der Anwender“, ist sich Oehme sicher. [www.smarthomepaderborn.de](http://www.smarthomepaderborn.de)



**ElectronicPartner: Auf Wachstumskurs**

# Einkaufen muss Spass machen

**Als eine der führenden Verbundgruppen in Europa hat die ElectronicPartner derzeit 5.263 Mitglieder. Im vergangenen Jahr erzielte das Unternehmen einen Umsatzzuwachs von 6,4 Prozent in Deutschland auf 1,464 Milliarden Euro. Auch in 2008 will die Verbundgruppe mit ihren Mitgliedern weiter wachsen. Dabei setzt man vor allem auf mehr Service und Beratungsqualität im Fachhandel.**



M. Horikoshi, General Manager der JVC Deutschland GmbH, spiegelt sich in einem der ab sofort in Deutschland lieferbaren Ultra Thin LC-TVs, an deren Entwicklung er maßgeblich beteiligt gewesen ist.



D. Thomaere (links), General Manager Computersystems DACH, und K. D. Dahl, General Manager Consumer Products, beide Toshiba Europe GmbH.



Funai hat seine Angebotspalette für das laufende Jahr bereits stark ausgeweitet und will seine Geschäfte in den nächsten Monaten im deutschen Markt ausbauen.



Sharp Europe wurde durch A. Kratzenberg (l.), Manager Key Accounts Retail Sales Division, und Jörg Christianen, Vertriebsleiter Retail Sales Division, vertreten.



Von links nach rechts: Dr. N. Kotzbauer, Geschäftsführer der Metz-Werke, H. Haubrich, Vorsitzender des Beirats der EP, und P. Biok, Leiter Vertrieb der Loewe AG.



T. Hedderich, Director Sales der Strong GmbH, zeigte den Fachbesuchern sein aktuelles Sortiment.



D. Mundersbach, National Key Account Manager der Samsung Consumer Electronic Group, hier im Gespräch mit einem Kunden auf dem Messestand.



S. Frick (links), CAV Regional Sales Manager, und D. Mattstedt, CAV Key Account Manager Distribution Sony, mit der DSC Alpha 350.



M. Hofmann, Regional Sales Manager der Sony Deutschland GmbH, freut sich auf die kommenden Monate.



Die Vertriebsspitzen von Grundig: H. Nikolaus (l.), Regional Direktor Zentraleuropa, E. Böhm (M.), Vertriebsdirektor Deutschland, und T. Akar, Vertriebsdirektor weltweit.



U. Paul, Vertriebsleiter UE der Panasonic Deutschland GmbH, vor den Viera-Displays der neuesten Generation für das Jahr 2008.



Der Stand von Hisense auf der ElectronicPartner-Börse, einem der größten chinesischen UE-Anbieter. Der Vertrieb erfolgt über die Quadral GmbH.

Den Philipsstand prägte ein reger Gedankenaustausch bezüglich der neuen Paneltechnologien und den sich ergebenden Verkaufsargumenten.



Die ElectronicPartner-Gruppe versteht sich als Fachhandelsmarke für Innovation, Design und Lifestyle. Derzeit befinden sich von der Unterhaltungselektronik wie TV und HiFi über mobile Navigation bis hin zu IT-Produkten, Telekommunikation sowie Groß- und Kleingeräten für den Haushalt alle Produkte im Programm, die das Leben der Menschen bezogen auf die Technik angenehmer machen. Dabei zeigt sich immer mehr, dass der Verbraucher mehr Wert auf hochwertige Produkte sowie einen guten Service legt.

## Hohe Warenverfügbarkeit

Daher ist gerade die punktgenaue Warenverfügbarkeit für die angeschlossenen Mitgliederbetriebe immens wichtig. „Eine schnelle und zuverlässige Logistik ist heute für die Zufriedenheit der Endkunden und damit für den Erfolg der Unternehmer entscheidend“, führt Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner, aus. „Aus diesem Grund haben wir im vergangenen Jahr unsere hauseigene Lagerfläche auf über 50 000 Quadratmeter ausgebaut.“ Die Zahlen für das Geschäftsjahr 2007 stimmen optimistisch. So verbucht das Unternehmen im Zentralumsatz in Deutschland ein Umsatzplus von 6,4 Prozent. Absolut wuchs dieser von 1,376 Milliarden Euro auf 1,464 Milliarden Euro an. Der Zentralumsatz beschreibt das Einkaufsvolumen der Mitglieder einschließlich des Lager- und Vermittlungsgeschäftes. Für das internationale Geschäft vermeldet ElectronicPartner eine Steigerung im Zentralumsatz von 6,7 Prozent. Das entspricht einem Wachstum von 675 Millionen Euro auf 720 Millionen Euro. Insgesamt ist der Zen-

tralumsatz von 2,051 Milliarden Euro auf 2,184 Milliarden Euro angewachsen.

Das starke Wachstum ist die Basis für die geplanten Investitionen in 2008. Im Zuge der immer komplexer werdenden Produkte muss sich der beratende Fachhandel permanent weiterbilden. „Daher fahren wir auch für 2008 im Hinblick auf unsere Investitionen einen alternativen Ansatz. Wir investieren in die Menschen in unserem Unternehmen. Wir haben über eine Million Euro für Fort- und Weiterbildungsmaßnahmen bereitgestellt. Mit diesen Mitteln forcieren wir eine Kompetenzoffensive“, so Oliver Haubrich. „Wir verkaufen hochinnovative Technik-Produkte. Dabei sind wir angetreten, unsere Kunden mit ihren individuellen Wünschen und Bedürfnissen beim Einkauf optimal zu begleiten.“

Bereits im vergangenen Jahr hat ElectronicPartner die Zeichen der Zeit erkannt und das Gütesiegel „First Class“ entwickelt. Mit diesem Zertifikat werden Fachhandelsgeschäfte ausgezeichnet, die den Einkauf für ihre Kunden zu einem Erlebnis werden lassen, das Spaß macht und zum Wiederkommen einlädt. Dieses Konzept hat sich bei den jeweiligen Unternehmen bestens bewährt. „Entsprechend wollen wir in diesem Jahr eine Offensive für noch mehr Service beim Einkauf im Fachgeschäft starten“, erklärt Oliver Haubrich. Hierzu gehören vor allem eine kompetente Beratung, bei Bedarf beim Kunden vor Ort, sowie die Lieferung der Waren zum Wunschtermin auch am späten Abend. Hinzu kommen Endkundenschulungen beim Kunden zu Hause, was vor allem bei innovativen Technologien wie beispielsweise der Heimvernetzung unumgänglich ist.

[www.electronicpartner.de](http://www.electronicpartner.de)

# Spielekonsolen • Software • Games

## Sony Computer Entertainment: Gran Turismo 5 Prologue für PS3

# Rückkehr einer Legende in Full HD

Die Marke Gran Turismo (GT) steht seit ihrem Debüt auf PS One für realitätsnahe Fahrsimulation sowohl im Design als auch bei der detailgetreuen Umsetzung der Fahrzeugtechnologie. Seit dem ersten Teil hat sich die Racing-Simulation fast 50 Millionen Mal verkauft. Jetzt kehrt der Klassiker als Gran Turismo 5 Prologue in HD auf die PS3 zurück.

Einsteigen, anschnallen, festhalten. Die neue High-Definition-Grafik mit 1.080p-Auflösung und 60 Frames pro Sekunde versetzt den Spieler direkt ins Cockpit der edelsten Boliden der Welt. 71 Fahrzeuge und sechs Rennstrecken sorgen für abwechslungsreiches Rennvergnügen. Internationale Fahrzeughersteller wie Audi, BMW, Ferrari, Lotus, Mercedes, Mitsubishi, Nissan oder Volkswagen sind mit ihren aktuellen PS-Kraftpaketen vertreten.

### Präzise bis ins Detail

Die Streckenauswahl bietet für jeden Fahrertyp von der Bergstrecke an der Eiger Nordwand über den Stadtkurs durch London bis hin zum Speedway in Daytona, USA, die passende Herausforderung. Jeder Kurs wird in High-Definition-Grafik präsentiert und kann wahlweise auch in

umgekehrter Richtung oder auf alternativen Routen gefahren werden. Dabei werden alle Autos realistisch und mit großer Liebe zum Detail animiert. Die Physik-Engine des Spiels wurde vom Entwicklerteam noch weiter optimiert, so dass Gran Turismo 5 Prologue sprichwörtlich ein Fahrgefühl der nächsten Generation bietet. Mit der runderneuertem Gegner-KI herrschen auf den Rennstrecken die bislang härtesten Wettkampfbedingungen. Über das Quick-Tune-Menü kann der Spieler viele persönliche Einstellungen an den Fahrzeugen vornehmen. Hierzu gehören Modifikationen am Antrieb, den Reifen, der Federung sowie dem weiteren Fahrzeug-Setup.

### Online-Racing

Zum ersten Mal in der Geschichte der Gran Turismo-Reihe haben die Spie-



Mit Gran Turismo 5 Prologue kehrt eine der weltweit erfolgreichsten Spielreihen der letzten 10 Jahre jetzt auf Playstation 3 zurück. Sowohl die Physik-Engine als auch die Gegner-KI wurden komplett überarbeitet und sorgen zusammen mit den Tuning-Optionen für ein nahezu realistisches Fahrvergnügen.

ler nun die Möglichkeit, die Rennen online auszutragen. Bis zu 16 Spieler können über Playstation Network gegeneinander antreten. Um künftig auch online das Gaspedal kräftig durchtreten zu können, benötigt man lediglich einen Breitband-Internetzugang und Playstation 3.

### Gran Turismo-TV

Zudem bietet Gran Turismo 5 Prologue ein Museum. In dessen virtuellen Ausstellungsräumen kann eine Vielzahl der weltbekanntesten Autos bestaunt werden, die bei GT schon an den Start gegangen sind. Das Museum steht voll und ganz im Zeichen der Geschichte und Tradition

der bekanntesten Autohersteller der Welt.

Ein weiterer echter Leckerbissen ist Gran Turismo-TV (GT TV), ein exklusiver Online-Kanal im Playstation Network, der eine breite Palette herausragender Inhalte aus den Bereichen Motorsport, Automobilhersteller und Fernsehen bietet. Eines der vielfältigen Unterhaltungsangebote auf GT TV ist die Serie „Top Gear“ der BBC Worldwide mit derzeit 40 interessanten und unterhaltsamen Folgen, die direkt über GT TV angeboten werden. Der Auto-Fan

erhält mit Gran Turismo 5 Prologue ein Infotainment-Paket der Extraklasse.

Gran Turismo 5 Prologue ist ab sofort zum Preis von 40,95 Euro erhältlich. Zusätzlich kann das Spiel zum Preis von 39,99 Euro auch als Download über das Playstation Network bezogen werden.

Der Preis für das ebenfalls erhältliche Bundle, bestehend aus Playstation 3, einem SIXAXIS-Wireless-Controller und dem Spiel Gran Turismo 5 Prologue liegt bei 399,95 Euro.

[www.playstation.de](http://www.playstation.de)

### Offizielles Lenkrad für Gran Turismo PS3

Das offizielle Lenkrad für Gran Turismo ist mit Force-Feedback, einem speziellen Drehregler mit 24 Einstellpositionen, ausgestattet. Dieser erlaubt dem Fahrer während des Spiels ein Feintuning der Bremskraftverteilung, der Traktion und der Stoßdämpfereinstellung. Der in das Lenkrad integrierte Drehregler stellt ein Novum bei Force-Feedback-Lenkrädern dar. Der Spieler erreicht so die optimale Kontrolle über den Rennwagen. Er verteilt die Bremskraft ideal zwischen Vorder- und Hinterrädern und sorgt dank Traktionskontrolle für maximalen Kontakt zwischen Straßenoberfläche und Reifen. Das Driving Force GT ist mit einem 28 cm großen gummiüberzogenen Lenkrad ausgestattet. Die Full-Size Gas- und Bremspedale bieten präzise Beschleunigungs- und Verzögerungsreaktionen. Der Gangwechsel erfolgt via Schalthebel oder Schaltwippen. Ein spezielles Lenkgetriebe sorgt für verzögerungsfreie Steuerbefehle.



[www.logitech.de](http://www.logitech.de)

### 13th Century: Death or Glory für PC

Geschichtsstunde auf dem heimischen PC. Atari hat die Schlachtensimulation „13th Century: Death or Glory“ herausgegeben. Spielefans können jetzt die großen Gefechte des europäischen Mittelalters hautnah



miterleben. Dabei haben die Entwickler des russischen Studios Unicom Games Studio großen Wert auf historisch korrekte Szenarien gelegt. Nicht nur die Einheiten und ihr Verhalten in der Schlacht sind in „13th Century: Death or Glory“ wirklichkeitsgetreu nachempfunden, sondern auch so wesentliche Faktoren wie die Lage und die Landschaft der Schlachtfelder.

[www.atari.de](http://www.atari.de)

### Preis für Xbox ab sofort um 80,- Euro gesenkt

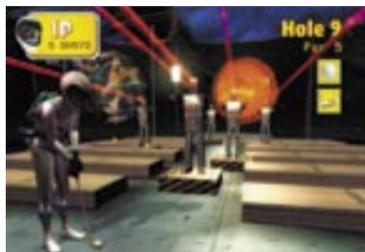
Mit der jetzt durchgeführten Preissenkung will Microsoft die Welt des High-Definition-Entertainments einem noch größeren Publikum zugänglich machen. So ist die Xbox 360 mit einer 20-Gigabyte-Festplatte und einem Wireless Controller für

269,99 Euro erhältlich. Xbox 360 Elite, die mit ihrer 120 Gbyte großen Festplatte genügend Platz für Downloads vom Xbox Live Marktplatz sowie für die eigene Musik bietet, ist für 369,- Euro im Handel, und die Xbox 360 Arcade-Version für alle, die einen günstigen Einstieg in die Welt der Xbox 360 suchen, ist bereits für 199,99 Euro zu haben. Alle drei Angebote bedeuten eine Ersparnis von 80,- Euro gegenüber den bislang gültigen Preisempfehlungen.

[www.xbox360.de](http://www.xbox360.de)

### Minigolf-Spaß mit „King of Clubs“

King of Clubs für Nintendo Wii, PlayStation 2 und PSP verwandelt den Minigolfplatz in einen verrückten Hindernisparcours. Vor ausladenden Weltraumkulissen, in kitschigen Tropenlandschaften oder zwischen ausgestopften Dinosauriern kämpft der Spieler um den Titel des schrägsten Golfers. In 96 Level gilt es, Falltüren, Katapulte und Lavagruben zu überwinden und mit fiesen Tricks seine Gegner am Einlochen zu hindern. Schadenfreude statt Fairplay ist das Motto von King of Clubs. Langanhaltende Motivation garantiert der Mehr-



spielermodus. Bis zu vier Spieler treten als Punk-Göre, Elvis-Imitator oder Astronaut gegeneinander an und starten hinterhältige Attacken auf die Konzentration des aktuell Spielenden.

[www.oxygengames.net](http://www.oxygengames.net)

### „Die Sims 2 Freizeit-Spaß“

Electronic Arts bringt mit „Die Sims 2 Freizeit-Spaß“ das neueste Erweiterungspack zum PC-Spiel „Die Sims 2“. Dem Spieler steht damit eine ganze Reihe neuer Aktivitäten, Karrieren und Objekte zum Thema Hobbys und Freizeit zur Verfügung. Sport, Musik, Tanz, Kunst, Wissenschaft sowie Film und Literatur sind nur



einige der möglichen Hobbys, die die Sims entdecken können. Neue, auf den persönlichen Interessen der Sims basierende Lebensziele ermöglichen es dem Spieler, immer neue und abwechslungsreiche Geschichten zu erzählen.

[www.electronicarts.de](http://www.electronicarts.de)

### „Gladiatoren II“ ab sofort online

Bigpoint hat das neue Multiplayer-Online-Game „Gladiatoren II“ gestartet und setzt auf 3D-Echtzeit-Action. Mit der Steuerung des Gladiators per

Tastatur und Maus werden Heldenkämpfe in dem actionreichen Multiplayer-Game gegen reale Gegner ausgefochten. Erstmals kann die Kampfarena auf volle Bildschirmgröße gebracht werden.

[www.bigpoint.net](http://www.bigpoint.net)

### GC ab 2009 als GAMEScom in Köln

Die Entscheidung über den neuen Standort der führenden Messe der interaktiven Unterhaltungsindustrie ist gefallen. Ab 2009 wird die europäische Leitmesse für Videospiele und Entertainment unter dem Namen GAMEScom am Messestandort Köln ausgetragen. Die Entscheidung gegen den bisherigen Standort Leipzig ist diesen Monat gefallen. Damit hat Leipzig schließlich das Rennen um den Verbleib der Games Convention nach sechs erfolgreichen Jahren verloren. Noch vor zwei Wochen war der Leipziger Messechef Wolfgang Marzin zuversichtlich, den Standort halten zu können. Letztlich gaben das Messegelände samt Infrastruktur und Einzugsgebiet, die Internationalität und das weltweite Vertriebsnetz der Koelnmesse, die Erfahrung mit Großveranstaltungen sowie die Integration der GAMEScom in die Medien- und Eventstadt Köln den Ausschlag für einen Wechsel. Im kommenden Jahr wird sich vom 9. bis 13. September 2009 die Branche dann auf der GAMEScom im Kölner Messegelände treffen.

[www.messe-koeln.de](http://www.messe-koeln.de)



## Pflege Deinen Schatten wie Dich selbst

Menschen in Industriegesellschaften werfen digitale Schatten: Jeder erhaltene oder getätigte Telefonanruf, jeder Besuch beim Arzt oder einer Behörde, jeder Online-Einkauf, jeder Download, jede besuchte Internetseite und jede versendete oder erhaltene E-Mail verursacht die Speicherung von Daten. Marktforscher haben ermittelt, dass diese automatisch gespeicherte Datenmenge doppelt soviel Speicherplatz belegt wie die durch eigenen Entschluss gespeicherten E-Mails, Textdokumente, Digitalfotos, Videos oder sonstigen digitalen Informationen. Für die ohne eigenen Willen und unwissentlich verursachten Datenmengen hat die Marktforschungsfirma IDC den Begriff „digitaler Schatten“ geprägt. Der digitale Schatten ist weit weniger flüchtig, als der, den wir im Sonnenlicht werfen. Laut IDC hat 2007 jeder Mensch im statistischen Mittelwert einen 45 Gigabyte großen „Fußabdruck“ im Datenuniversum der Massenspeicher, Festplatten und Server hinterlassen und dazu beigetragen, dass der digitale Informations-Tsunami sich jedes Jahr 60% höher aufbläht. Unser digitaler Schatten verrät viel über uns. Um ihn kämpfen zahlreiche Interessengruppen: Marketing-Spezialisten, Meinungsforscher, Strafverfolgungsbehörden und der Bundesinnenminister vor dem Bundesverfassungsgericht. Deshalb sollte man verhindern, dass Fremde unseren Schatten verfremden, z. B. der Hacker, der sich über unser ungesichertes WLAN-Netz ins Internet einloggt. Schlecht beraten ist jedoch, wer versucht, seinen digitalen Schatten zu verhindern. Denn schon im Mittelalter wusste man: Nur der Teufel wirft keinen Schatten! Wer wissen will, wie groß der eigene ist, kann sich auf dem Portal „EMC2“ den Digital Footprint Calculator herunterladen:

[www.emc.com/digital\\_universe](http://www.emc.com/digital_universe)

Suche Ausbildungsplatz zum

### Einzel- oder Großhandelskaufmann

im Raum Köln / Bonn

- 22 Jahre • Fachoberschulreife
- Grundwehrdienst abgeleistet
- PC Kenntnisse/ Office Programme
- Führerschein

Oliver Smidt • Steinwiese 23 • 53721 Siegburg  
 0 22 41 - 3816 52

### Vertriebsleiter & Key Accounter

Unterhaltungselektronik – Weiße Ware – Büroartikel, gut eingeführt bei allen Entscheidern LEH – Discount – Fachhandelskooperationen – MSH – Drogeriemärkten, sucht Wirkungskreis mit Zukunft

#### Meine Kernkompetenz:

- Teamplayer mit hoher sozialer Kompetenz
- stark in strategischer Ausrichtung und operativer Umsetzung
- verhandlungssicher auf allen Ebenen
- erfolgsorientiertes Handeln und unternehmerisches Denken
- korrektes und sicheres Auftreten
- hohe Vertriebs- und Fachkompetenz
- ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit
- hohes Maß an Eigeninitiative und Kreativität

Meine detaillierten Bewerbungsunterlagen erhalten Sie unter

Chiffre Nr. 4282474

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

### Systemanalytiker (m/w)

#### Ihre Aufgaben:

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

#### Ihr Profil:

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

**Kennziffer 278**

Weltweit bedeutendes Unternehmen mit Sitz im Raum München, spezialisiert auf dem Gebiet der Systemintegration kundenspezifischer maritimer Kommunikationsanlagen, sucht für den Bereich Systems Engineering zum nächstmöglichen Termin eine(n)

### Senior Systems Engineer (m/w)

#### Ihre Aufgaben:

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

#### Ihr Profil:

- Ingenieurstudium der Elektrotechnik (Fachrichtung Nachrichtentechnik oder HF Technik), Informatik oder vergleichbare technische Ausbildung
- Umfangreiche Erfahrungen in modernen Methoden und Prozessen des Engineerings (Vorgehensmodelle wie z. B. V-Modell XT, Anforderungsmanagement, modellbasierte Entwicklung)
- Fähigkeit, auf kreative Weise innovative und zukunftsfähige Kommunikations- und IT-Architekturen zu definieren
- Kenntnisse aktueller Kommunikations- und Netzwerk-Technologien, idealerweise im Umfeld von C2-, C3-, C4ISR-Systemen sowie Kenntnisse moderner Software-Architekturen (z. B. SOA) und Middleware-Komponenten (DDS, CORBA,...)

turen (z. B. SOA) und Middleware-Komponenten (DDS, CORBA,...)

- Erfahrung in der Steuerung von Systems-Engineering Prozessen
- Eigeninitiative und analytisches Denkvermögen
- Kommunikationsstärke und Teamfähigkeit
- Sehr gute Englisch-Kenntnisse, zusätzliche Sprachkenntnisse in Französisch oder Spanisch sind von Vorteil

**Kennziffer 286**

Internationaler Logistik-Konzern mit Deutschlandsitz im Rhein-Ruhr-Gebiet sucht den

### Controller Logistik m/w

#### Ihre Ziele/Aufgaben

- Übernahme und Weiterentwicklung der Kosten- und Leistungsrechnung unter Einbeziehung personalwirtschaftlicher und operativer Kennzahlen
- Koordination und Steuerung der Budgetierung und Erstellung von Rolling Forecasts
- Weiterentwicklung des Accounting Manuals zur Sicherstellung eines internen Kontrollsystems nach SOX
- Erstellen von Entscheidungsvorlagen und Präsentationen für die Geschäftsleitung

#### Ihr Profil:

- abgeschlossenes betriebswirtschaftliches Hochschulstudium mit Schwerpunkt im Controlling
- mind. 5 Jahre Berufserfahrung im Bereich Controlling, vorzugsweise bei einem Logistikdienstleister
- fundierte Kenntnisse im Bereich Kosten- und Leistungsrechnung sowie der gängigen, modernen Controllinginstrumente
- Erfahrungen mit Jahresabschlüssen nach HGB und IFRS
- sichere Beherrschung von MS-Office Anwendungen; Erfahrungen im Umgang mit Navision wären von Vorteil
- verbindliches Auftreten sowie ein hohes Maß an Durchsetzungsfähigkeit
- Unternehmerisches Denken sowie starke Team- und Kommunikationsfähigkeit
- In Ihrer Position berichten Sie direkt an die Geschäftsleitung.
- sehr gute Englischkenntnisse in Wort und Schrift

**Kennziffer: 288**

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

### Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH

**GePeMa** Florastraße 29 • 40217 Düsseldorf  
 Tel: 0211 - 370601 • Fax: 0211 - 379468  
 E-Mail: [info@bestjob.de](mailto:info@bestjob.de) • [www.bestjob.de](http://www.bestjob.de)

## IMPRESSUM

### PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

#### Herausgeber:

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

**Verlegerische Leitung:** Thomas Blömer, DGPh.

**Objektmanagement:** Franz Wagner

#### Redaktion:

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

**Text- und Bildbeiträge:** Georg Reime

#### Anzeigen:

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

#### Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,  
 Albert Willmann

**Vertrieb:** Silke Gräbel

#### Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

**Druck:** D+L Printpartner GmbH, Bocholt



**PLUS X AWARD®**

PoS-MAIL ist offizieller Partner  
 des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der

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

Rückporto ist beizufügen.

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

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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



ISSN: 1615-0635

# Endlich über All. DSL via Satellit.

6 Millionen Haushalte warten auf *yato TriplePlay*.

Jetzt Vertriebspartner werden und profitieren!  
Eröffnen Sie sich neue, überragende Verdienstmöglichkeiten.

## Die Vorteile für Sie:

- Neue Kundenpotentiale
- Lukrative Provisionen
- Weitere Umsätze durch Installationservice
- Hardware-Cross-Selling-Möglichkeiten

## Die Vorteile für Ihre Kunden:

- Sofort und ortsunabhängig verfügbar
- Rückkanalfähiges Highspeed-Internet
- Innovative ASTRA2Connect-Zwei-Wege-Satellitentechnik
- Günstige DSL Flatrate-Tarife
- Günstige Telefonie, Digital-Fernsehen



## Interessiert?

Informieren Sie sich noch heute:

[www.yato.de](http://www.yato.de) oder  
Hotline: 01805 443550\*  
(Mo.-Fr. von 09-18 h)

\*14 Ct./Min aus dem deutschen Festnetz;  
ggf. abweichende Mobilfunktarife.

Yato Deutschland GmbH  
Eupener Str. 161a · 50933 Köln

eMail: [partner@yato.de](mailto:partner@yato.de)

\*Sony, "like.no.other" und  $\alpha$  sind Marken oder eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.  
\*Getestet von Sony im Februar 2008 unter allen mit Live View Funktion ausgestatteten DSLR Modellen.

## Schnellster Autofokus im Live View Modus\*



$\alpha$ 350

Die neue  $\alpha$ 350 von Sony mit schnellstem und natürlichem Autofokus im Live View Modus. Selbst im Live View Modus verfügt die  $\alpha$ 350 über einen äußerst präzisen und reaktionsschnellen Autofokus, der sicheres Fotografieren auch bei bewegten Motiven ermöglicht – weil jeder Augenblick zählt. [www.sony.de/images](http://www.sony.de/images)



**SONY**

$\alpha$

images like.no.other™