

# POS-MAIL

Mai 2009

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

10. Jahrgang • 51612



INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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



## PC-Markt im Wandel

Mini-Notebooks,  
Nettops  
und Netbooks

Der mehr als ein Jahrzehnt lang klar und übersichtlich in die Produktbereiche „Desktop-Computer“ und „Notebooks“ aufgeteilte Markt für Personal-Computer ist seit Anfang 2008 in Bewegung geraten: Die Markteinführung des ersten Mini-Notebooks „Eee PC 700“ durch Asus markierte den Beginn der Aufweichung des bis dahin relativ stabilen Preisgefüges für Notebooks und leitete zugleich eine Diversifizierung der

Bei der Markteinführung des ersten Eee-PCs sprach man noch von „Mini-Notebooks“. Weil die leichten portablen Rechner für die kabellose Nutzung von Internet-Anwendungen wie Web-Browser, E-Mail-Client, Social-Networks und Video-Portalen optimiert sind, kam sehr bald der Sammelbegriff „Nettops“ auf, der schnell durch die heute allgemein gebräuchliche Bezeichnung „Netbook“ für diese völlig neue Produktkategorie er-

setzt wurde. Nach Abmahnungen des englischen PDA-Anbieters Psion gegen die Verwendung des Begriffs Netbook durch Dritte, haben der Chip-Hersteller Intel und der Computer-Hersteller Dell jeweils Klagen auf Löschung der Marke erhoben. Bis zur gerichtlichen Klärung des Rechtsstreits sind die Anbieter von Netbooks wieder zu dem Begriff „Mini-Notebook“ zurückgekehrt. Die im Frühjahr dieses Jahres neu auf den

angebotenen Produkte ein. Die Übernahme von Gateway und Packard Bell durch den taiwanesischen Computer-Hersteller Acer, der Verkauf der IBM PC-Sparte an Lenovo und der Rückzug von Fujitsu-Siemens Computers aus dem Consumer-Geschäft verstärkten zusätzlich den Prozess einer noch immer anhaltenden Umschichtung der Marktanteile führender Anbieter am Computermarkt.

Markt kommenden Netbooks führender Hersteller gehören bereits der vierten oder fünften Generation an. Markt und Käufer haben in den vergangenen zwölf Monaten den Standard für erfolgreiche Netbooks gesetzt: Bevorzugt werden Displaygrößen zwischen 10 Zoll bis 11 Zoll Bild-diagonale. Bei der CPU kommen energieeffiziente 1,6 (1,66) GHz Intel Atom N270 oder N280 Prozessoren mit (i)945GSE Chipsatz

und 1 GB DDR2 Arbeitsspeicher zum Einsatz. Als Massenspeicher steht meist eine 160-GB-Festplatte oder eine 8 GB Solid State Disk (SSD) bereit. Schnittstellen für USB 2.0, WLAN und Ethernet sind Standard. Das Betriebssystem Windows XP Home wird gegenüber Linux bevorzugt. Zahlreiche Modelle sind mit Bluetooth oder einem 3G/UMTS Modul ausgestattet. Eine komplette Tastatur ist die Regel. Die



Das HDTV-Highlight des Jahres: die Loewe Tauschaktion.

Jetzt überlegene Bildqualität genießen und bis zu 500 Euro im Tausch gegen Ihren alten Fernseher sichern. Mehr Informationen auf [www.loewe.de](http://www.loewe.de)

**LOEWE.**

**010 56 mobile**  
vom Handy billiger telefonieren

vom Handy weltweit zu Festnetzpreisen telefonieren

- einfach
- sicher
- sparen

weiter Infos [www.01056mobile.de](http://www.01056mobile.de)

**TELEFUNKEN®**

**tecxus™**

tecxus Rebel Light:  
→ brandneue Technologie  
→ spektakulär verpackt!

# Wissen ist Umsatz

Der High-Tech-Fachhandel weiß schon lange, dass es in der digitalen Unterhaltungselektronik nicht ausreicht, möglichst viele HD-Fernseher zu verkaufen. Denn der eigentliche Nutzen der Digitaltechnik liegt in der Vernetzung vieler Komponenten und natürlich



in der Vielfalt der Anwendungen, die dadurch möglich wird. Und dieser Teil der digitalen Revolution beginnt erst: Das Internet kommt auf den HD-Fernseher, der auch immer häufiger als Wiedergabegerät für digitale Fotos und natürlich Videos genutzt wird und inzwischen reibungslos mit anspruchsvollen Soundsystemen für hochklassigen Musikgenuss harmoniert.

Die Anwender sind inzwischen nicht mehr von den Programmangeboten der Sender abhängig und können sich vielfältige Inhalte direkt aus dem Internet herunterladen. Damit daraus tragfähige Geschäftskonzepte für die Industrie, Content-Anbieter und den High-Tech-Fachhandel entstehen, muss aber noch viel getan werden. Theoretisch funktionieren diese Netzwerke hervorragend; in der Praxis ist oftmals einige Fummelei nötig, bis es läuft. Dafür brauchen die Konsumenten Hilfe, und sie brauchen ebenso fachkundige Beratung über die verwirrende Vielzahl von Möglichkeiten, die diese Netzwerke bieten. Genau dazu ist der High-Tech-Fachhandel da, und genau dazu braucht das Verkaufs- und Beratungspersonal ebenfalls Informationen. Die bekommt man natürlich durch gute Fachzeitschriften wie PoS-MAIL und aktuelle Internet-Dienste wie [www.pos-mail.de](http://www.pos-mail.de) und PoS-MAIL Online, aber natürlich auch durch eigenes Erleben. Und deshalb – sozusagen zeitgleich mit dem offiziellen Kick-off der IFA in Berlin – eine These, die in Zeiten von engen Budgets und Reise-Restriktionen bei der Industrie überraschen mag: Unsere Branche braucht nicht weniger Messen und Kongresse, sondern mehr! Die IFA ist dabei als Leitmesse gesetzt: Buchen Sie darum am besten sofort Ihr Ticket nach Berlin, um vom 4. bis 9. September live dabei zu sein.

Thomas Blömer  
Verleger

Franz Wagner  
Objektmanagement

Akku-Laufzeit liegt zwischen 4,5 bis 10,5 Stunden, das Gewicht zwischen 1,0 bis 1,5 kg. Für einige Netbooks ist ein optionales GPS-Modul erhältlich.

## Asus Eee PC 1000HE mit Intel Atom N280 CPU

Mit dem neuen Eee PC 1000HE bringt Asus ein Netbook mit 9,5 Stunden Akku-Laufzeit auf den Markt, das sich im Vergleich zu seinen Vorgängermodellen durch höhere Leistung und verringerten Stromverbrauch auszeichnet. Durch den Einsatz ausgeklügelter Energiesparfunktionen und bestückt mit einem 8.700 mAh Akku, erreicht der Eee PC



Asus 10 Zoll  
Netbook Eee PC  
1000HE mit Windows  
XP Home, Intel Atom N280 CPU mit 1,66 GHz und  
667 MHz Frontsidebus.

1.000 HE Akkulaufzeiten von bis zu 9,5 Stunden. Die neu gestaltete größere Tastatur ermöglicht eine besonders komfortable Bedienung. Das matte 10-Zoll-Display garantiert angenehmes Arbeiten ohne spiegelnde Lichtreflexe. Für eine erhöhte Rechenleistung und verbesserte Grafik-Performance des mit Windows XP

Home arbeitenden Netbooks sorgen ein Intel Atom N280 Prozessor mit 1,66 GHz und 667 MHz schnellem Frontsidebus und der Intel 945GSE Chipsatz im Verbund mit 1.024 MB Arbeitsspeicher.

Eine integrierte S-ATA Festplatte bietet Platz für 160 GB. Die Schnittstellen WLAN 802.11b/g/n (Draft) und Bluetooth stehen für die Verbindung mit dem Internet bereit. Drei USB-Ports und ein VGA-Ausgang ermöglichen den Anschluss von Peripheriegeräten wie Drucker, Laufwerk, Maus oder externer Monitor.

Integriert ist ein Card-Reader für SD- und MMC-Speicherkarten. Die eingebaute 1,3-Megapixel-Kamera mit Mikrofon unterstützt Videokonferenzen „on-the-go“ und Videochats. Die Abmessungen betragen 266 x 191,2 x 28,5 – 38 mm und das Gewicht 1.450 Gramm.

Das Netbook Eee PC 1000HE ist in Schwarz oder Weiß zum UVP von 399,- Euro lieferbar.

## Acer Aspire One D250: Atom Netbook mit nur 26 Millimeter Bauhöhe

Mit den neuesten Modellen Aspire One D250, Pro 531 und 751h verdoppelt Acer sein Netbook-Angebot mit Display-Größen von 8,9 Zoll bis 11,6 Zoll Bild diagonale. Mit nur 26 Millimeter Dicke ist das 10,1-Zoll-Netbook One D250 ein besonders flaches Gerät. Je nach gewählter Konfiguration wird das D250 mit einer Atom N270 CPU und 945GSE-Chipsatz oder mit einem Atom N280 Prozessor und GN40-Chipsatz bestückt. Die Ausstattung umfasst 1 GByte Arbeitsspeicher, 160 GByte große Festplatte, 100 MBit-LAN, 54-MBit-WLAN und Webcam mit Mikrofon. Das Gewicht liegt bei Verwendung des 6-Zellen-Akkus mit 4.400 oder 5.200 mAh bei 1,27 kg, mit dem dreizelligen 2.200 mAh Akku bei 1,11 Kilogramm. Ohne die optionalen Bluetooth- und UMTS-Module ist das Aspire One D250 zum UVP von 380,- Euro lieferbar.

## Acer Aspire One 531 Netbook mit UMTS/HSPA

Eine ähnliche Grundkonzeption wie das Aspire One D250 hat das neue 10,1-Zoll-Netbook Aspire One 531 mit ebenfalls 26 mm Bauhöhe. Die Ausstattung umfasst einen Intel Atom N270 oder N280



Acer Aspire  
One 531 Netbook mit  
UMTS/HSPA

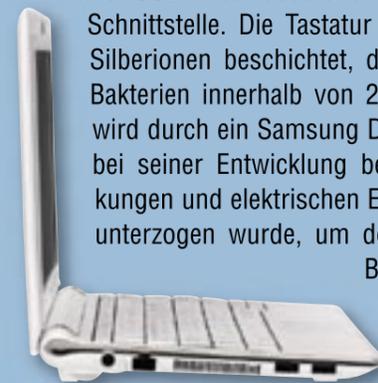
Prozessor, bis zu 2 GB DDR2 Arbeitsspeicher, eine 160-GB-Festplatte, 3-Zellen-Akku, WLAN 802.11b/g, Ethernet LAN, 0,3 Megapixel-Webcam, Multitouch Trackpad, 3 USB 2.0 Ports, VGA-Ausgang und Audio-Eingang/Ausgang. Als Betriebssystem ist Windows XP Home Edition vorinstalliert. Mit 2.200 mAh Akku wiegt es nur 1.000 Gramm und mit 5.200 mAh Akku 1,15 Kilogramm. Das Aspire One D250 ist in den Farben Schwarz, Blau und Rot zum UVP von 399,- Euro lieferbar. Optional erhältlich sind ein 6-Zellen-Akku, Bluetooth 2.0 + EDR Modul und UMTS/HSPA Tri-Band oder Quad-Band Modul.

## Asus Eee PC T91 und T101H: konvertible Netbooks mit Touch-Screen

Mit dem Eee PC T91 in schwarz-weißem Design und dem Eee PC T101H bringt Asus erstmals zwei konvertible Netbooks mit drehbarem Touch-Display auf den Markt. Auf den 8,9 Zoll (Eee PC T91) oder 10 Zoll (Eee PC T101H) großen LC-Displays kann der Anwender, wie bei Eee PCs gewohnt, bequem mit seinen verschiedenen Anwendungen arbeiten. Durch die Drehfunktion des mit Scharnieren ausgestatteten Bildschirms lässt sich das Display wie bei einem Tablet-PC um 180 Grad drehen. Wird das gedrehte Display zugeklappt, bekommt der mobile Rechner das Format eines Schreibblocks, auf dem sich mit Hilfe der vorinstallierten Eee Touch Software bequem wie auf einem Blatt Papier schreiben lässt. Die beiden neuen konvertiblen Netbooks sollen in

## Samsung N120: Optimales Multimedia-Netbook

Mit dem neuen N120 hat Samsung ein 10,1-Zoll-Netbook auf den Markt gebracht, das sich mit seinem aufwendigen Lautsprechersystem deutlich vom Angebot der Mitbewerber abhebt. Sein SRS 2.1-Kanal-Lautsprechersystem besteht aus zwei 1,5-Watt-Lautsprechern und einem Subwoofer. Den Samsung Entwicklern ist es gelungen, in dem Gerät eine 12-Zoll-Tastatur unterzubringen, die sich bei Bedienung und Komfort kaum von einer normalen Notebook-Tastatur unterscheidet. Mit seiner Ausstattung erfüllt das N120 alle gängigen Standards: Zur Verfügung stehen ein 3-in-1-Kartenleser, drei USB-Anschlüsse und optional eine Bluetooth 2.0+ERD Schnittstelle. Die Tastatur ist Samsung-typisch mit Nano-Silberionen beschichtet, die 99 Prozent aller anhaftenden Bakterien innerhalb von 24 Stunden abtöten. Die Technik wird durch ein Samsung Duracase-Gehäuse geschützt, das bei seiner Entwicklung bei extremen Temperaturschwankungen und elektrischen Entladungen umfangreichen Tests unterzogen wurde, um den höchstmöglichen Schutz vor Beschädigungen zu gewährleisten.



Der Sechs-Zellen-Akku speichert Energie für 10,5 Stunden Laufzeit. Das Samsung Notebook N120 ist zum UVP von 449,- Euro lieferbar. Das Schwestermodell N110 mit 10,1-Zoll Widescreen-Display, LED-Hintergrundbeleuchtung und eingebautem 3-in-1-Kartenleser wiegt nur 1,26 kg und ist zum UVP von 429,- Euro erhältlich.

Asus Eee PC T91:  
Convertibles  
Touch Screen  
Netbook



Deutschland und Österreich mit Intel Atom Prozessor, WLAN 802.11b/g/n (Draft), Windows XP Home und Eee Touch Software auf den Markt kommen. Verfügbarkeitstermine, technische Spezifikationen und UVPs stehen noch nicht fest.

**Toshiba Satellite Notebook Allrounder A300D**

Mit einem „Satellite-Special“ ist Toshiba Europe Computersysteme in den Frühling gestartet: Fast alle Satellite Notebook Reihen werden um neue Modelle erweitert. Wer ultramobile Notebooks bevorzugt, kann sich über den neuen Satellite U400 mit 13,3-Zoll-Display und nur 1,3 kg Gewicht freuen. Im Segment der 15,4-Zoll-Notebooks kommen in den Modellreihen Satellite A300, A300D, L300 und L300D neue Geräte auf den Markt. Für Multimedia-Anwender sind in den Satellite P300- und P300D-Serien und den



Toshiba 15,4 Zoll Satellite Notebook A300D

besonders preisgünstigen Satellite L350- und L350D-Reihen auch Modelle im 17-Zoll-Format erhältlich. Mit den Modellbezeichnungen Satellite A300 und Satellite A300D bringt Toshiba vier neue 15,4-Zoll Allrounder-Notebooks zum UVP von jeweils 699,- Euro auf den Markt: Die A300 Modelle sind mit Intel Prozessor-Technologie ausgestattet, die A300D Geräte mit AMD-Prozessoren. Der potentielle Käufer kann zwischen verschiedenen Prozessoren, Festplatten-Kapazitäten von 250 GB bis 320 GB, unterschiedlichen Größen des Arbeitsspeichers und verschiedenen Grafiklösungen auswählen. Wer ein Notebook mit Bluetooth-Schnittstelle bevorzugt, ist mit dem Satellite A300D-21M gut bedient, das als einziges der neuen Modelle mit Bluetooth ausgestattet ist. Mit Ausnahme des Satellite A300-27M, das eine VGA-Kamera besitzt, sind die anderen drei Modelle mit einer 1,3-Megapixel-Kamera ausgestattet. Neben WLAN steht 10/100 Ethernet LAN zur Verfügung. Vier USB

2.0 Schnittstellen mit USB Sleep & Charge-Funktion ermöglichen das Aufladen von USB-Geräten auch bei ausgeschaltetem Notebook. Ein 5-in-1 BridgeMedia Speicherkarten-Leser rundet die Ausstattung ab.

**Acer Ferrari 1200 Notebook mit AMD Dual-Core CPU**

Das mit dem neuesten AMD Dual-Core Prozessor bestückte Acer Ferrari 1200 Notebook folgt mit seiner Gestaltung konsequent dem bewährten Ferrari Design: Der schwarze Farbton, akzentuiert durch das berühmte Cavallino Rampante Emblem (springendes Pferd), verleiht dem 12,1-Zoll-Notebook mit 1.280 x 800 WXGA Acer CrystalBrite TFT Display und LED-Hintergrundbeleuchtung ein aufsehenerregendes Aussehen. Für uneingeschränktes audiovisuelles Vergnügen sorgen eingebaute Lautsprecher und optimierter Dolby Surround Sound. Universelle Anschluss- und Erweiterungsmöglichkeiten bieten ein Acer EasyPort IV, der ExpressCard/34 Einschub und ein 5-in-1 Kartenleser. Der Anwender hat die Wahl zwischen AMD Turion X2 Ultra Dual-Core Mobile Technologie mit bis zu 2 MB L2 Cache, unterstützt durch AMD HyperTransport 3.0 Technologie oder AMD Athlon 64 X2 Dual-Core Prozessor mit bis zu 1 MB L2 Cache und AMD HyperTransport 3.0 Technologie. Der



Acer Ferrari 1200 mit AMD Dual-Core CPU

DDR2 RAM Arbeitsspeicher mit Dual-Channel Support ist bis auf 4 GB aufrüstbar. Die S-ATA Festplatte wird durch Acer Disk Anti-Shock Protection geschützt. Zur Ausstattung gehören ein DVD-Super Multi Double-Layer Laufwerk und ein 5-in-1 Card-Reader. Die Abmessungen betragen 304 x 228 x 34 mm, das Gewicht mit einem 6-Zellen-Akku liegt bei 1,99 Kilogramm.

**Asus EeeBox PC B206: Weltweit kleinster HD-fähiger Desktop PC**

Mit dem neuen EeeBox PC B206 präsentiert Asus einen HD-fähigen Mini-Desktop PC, der neben der Verwendung in anderen Einsatzbereichen auch bestens als platz- und kostensparende Medienzentrale für das heimische Wohnzimmer geeignet ist. Mit ei-



Asus EeeBox PC B206: weltweit kleinster HD-fähiger 1-Liter-PC.

ner diskreten Grafikkarte, integriertem Videodecoder und HDMI-Schnittstelle ausgestattet, unterstützt der schlanke 1-Liter-PC die Wiedergabe von HD-Inhalten auf LCD-TVs, Projektoren oder Monitoren. Über den vorinstallierten Mediaplayer Eee Cinema lassen sich selbst umfangreichste Media-Sammlungen spielend leicht verwalten.

Zum ersten Mal liefert Asus mit dem EeeBox PC B206 standardmäßig eine Fernbedienung aus, mit der sich Video-Clips bequem steuern lassen. Der mit Microsoft Windows XP Home ausgestattete Rechner arbeitet mit einem Intel Atom N270 Prozessor und ATI Mobility Radeon HD 3450 Grafik mit 256-MB-Videospeicher und ist ideal zum Abspielen von Filmen mit der Full-HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten geeignet.

Mit seinen Abmessungen von 222 x 178 x 27,4 mm (mit Standfuß) ist der in den Farben Weiß und Schwarz erhältliche EeeBox PC B206 der kleinste 1-Liter-PC auf dem Markt und lässt sich mit einer VESA-Halterung auch auf der Rückseite eines Monitors oder TV-Geräts befestigen. Zum Lieferumfang gehören eine kabellose Maus und eine Tastatur im Eee



Acer Aspire Predator Gaming-PC

**Acer Aspire Predator mit Intel Core i7-Prozessor**

Acer hat seine High-End Gaming-PCs Acer Aspire Predator um den in zwei Konfigurationen erhältlichen Acer Aspire Predator G7710 erweitert, der vor allem die Herzen von Computerspiel-Enthusiasten höher schlagen lässt. Die beiden neuen, speziell für Gamer konzipierten PCs genügen höchsten Anforderungen an die Hardware und sorgen mit neuen Intel Core i7 Prozessoren für atemberaubenden Spielspaß auf höchstem Niveau.

Die Gaming Boliden sind zu UVPs von 2.599,- Euro (Acer Aspire Predator Crusader) und 3.999,- Euro (Acer Aspire Predator Conqueror) lieferbar.

Family Design. Der Asus EeeBox PC B206 ist zum UVP von 399,- Euro erhältlich.

**POS-MAIL INHALT**

Aktuell ... 4  
 MP3 ... 4  
 Microsoft: Neue Handelspromotion gestartet ... 5  
 Samsung: Erfolgreiche Roadshow 2009 ... 6  
 Unterhaltungselektronik ... 7  
 Satellitentechnik ... 7  
 Philips: Hochwertige Produkte sind gefragt ... 8  
 Displays ... 9  
 Toshiba: Klaus Dieter Dahl geht in den Ruhestand ... 9  
 Euronics: Erfolgreicher Start des neuen Markenkonzepts ... 10  
 Glückwochen für schlaue Rechner! ... 25€ SURF-GB  
 SIEG DER STERNE 2009

Loewe: Konzern erreicht Rekordergebnis in 2008 ... 11



Car + Sound mit neuem Konzept erstmals in Köln ... 14

E-Plus Händler können flexibler handeln ... 15



TK-Nachrichten ... 16

Neue Gigaset Telefonsysteme: Wenn's mal etwas robuster zugeht ... 17

TK-Neuheiten ... 18

Navigation ... 18

Arcor startet in Hanau Glasfaser-Pilotprojekt ... 19



TechniSat: Produkte aus Leidenschaft ... 20

Nokia: Mobilfunk und Internet verschmelzen ... 20

Games ... 21

Sonos: Vernetztes Multiroom-System für digitale Musik ... 22



Kleinanzeigen ... 23

No(?)sense ... 23

Impressum ... 23

## Pos Aktuell

### Kamcke ist neuer Key Accounter bei Sagem

Christoph Kamcke (30), Key Account Manager B2B, verstärkt ab sofort das Vertriebsteam von Sagem Communications. Als Verantwortlicher für die Marken AgfaPhoto, Philips und Xerox führt er die Mehrmarkenstrategie von Sagem Communications fort und baut den Vertrieb an die IT- und TK-Fachhändler über die Distribution aus. Vor seiner Tätigkeit bei Sagem Communications verantwortete Christoph Kamcke bei Ingram Micro Distribution GmbH in der Position des Business Development Managers Aufgaben im Bereich des Produktmanagements, Marketings und Vertriebs. Davor war er für NEC Deutschland als Distributorenbetreuer für die DACH-Region tätig. [www.sagem.de](http://www.sagem.de)



Christoph Kamcke

### Helge Alter hat LG Electronics verlassen

Helge Alter, Director Mobile Communication bei der LG Electronics Deutschland GmbH, verlässt aus persönlichen Gründen und auf eigenen Wunsch das Unternehmen. Die Verantwortung für den Vertrieb & Marketing Mobile Communication

Deutschland übernimmt mit sofortiger Wirkung Ulrich Kemp parallel zu seiner Rolle als COO der LG Electronics Deutschland GmbH. Diese Interimslösung gilt, bis die Nachfolge für die Position Director Mobile Communication geregelt ist. „Wir bedanken uns bei Helge Alter für seine geleistete Arbeit insbesondere beim Ausbau der Marktanteile und wünschen ihm für seinen weiteren Werdegang alles Gute“, so Ulrich Kemp.

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

### Toshiba mit Otten als Head of Sales

Stephan Otten (43) bekleidet ab sofort die Position des Head of Sales B2B Deutschland der Toshiba Europe GmbH Computersysteme DACH. Nach einer Ausbildung bei der Nixdorf Computer AG trat er 1991 in das japanische Unternehmen ein. Der Industriekaufmann ist bereits seit 18 Jahren für Toshiba tätig. In den vergangenen Jahren war er als Manager in unterschiedlichen Funktionen bei Toshiba erfolgreich. Stephan Otten berichtet in seiner Funktion als Head of Sales B2B Deutschland an Michael Sauer, Director B2B Deutschland, Toshiba Europe GmbH Computersysteme DACH. [www.toshiba-teg.com](http://www.toshiba-teg.com)



Stephan Otten

**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)

### Konsumklima bleibt nahezu stabil

Trotz negativer Meldungen zur konjunkturellen Entwicklung bleibt die Stimmung bei den Verbrauchern nahezu unverändert. Die Konjunktur- und Einkommenserwartungen sind nach Zuwächsen im Februar leicht rückläufig. Die Anschaffungsneigung blieb jedoch auch im März auf gutem Niveau. Der Gesamtindikator prognostiziert nach revidiert 2,5 Punkten im März für April einen Wert von 2,4 Punkten und zeigt sich damit angesichts der wirtschaftlichen Situation weiterhin robust. [www.gfk.de](http://www.gfk.de)

### Sony startet Werbekampagne mit Kaká

Die Botschafter haben gewechselt, die Botschaft ist gleich geblieben: Nach dem britischen Geheimagenten James Bond wirbt jetzt mit Kaká einer der besten Profifußballer der Welt in einer crossmedialen Kampagne für die Bravia LCD-Fernseher und die „Motionflow 200 Hertz“-Technologie von Sony.

Im Mittelpunkt der neuen Sony Kampagne steht das Bravia Drome in Turin, welches das größte Zoetrop der Welt ist. Eigentlich ein Relikt aus dem 19. Jahrhundert, eignet sich der Kinovorläufer optimal, um zu zeigen, wie die „Motionflow 200 Hertz“-Technologie in der heutigen Fernsehwelt flüssige Bildfolgen entstehen lässt. Anfang April ist die aufwendig inszenierte „Through-the-Line“-Kampagne zu der innovativen Bildverarbeitungstechnologie gestartet.

In zwei 20 und 30 Sekunden langen Spots zeigt Sony mit Hilfe eines riesigen Zoetrops, was hinter der revolutionären Bildverarbeitungstechnologie steckt. Während der erste vollständige Aufbau des Bravia Drome noch sechs Wochen dauerte, schafften es zehn Männer in drei Tagen, die zehn Tonnen schwere „Filmmaschine“ mit zehn Metern Durchmesser in Turin aufzustellen. International bekannt ist der brasilianische Ausnahmefußballer

Kaká schon lange. In den Sony Werbespots sorgt er nun mit einem Fußball für außergewöhnliche Bilder, die auf einzigartige Weise veranschaulichen, was die „Motionflow 200 Hertz“-Technologie ausmacht.

Bis Ende Juni 2009 sind Bravia Drome, Kaká und die Bravia LCD-Fernseher der Z4500-Serie on- und offline in den Medien präsent. Aufwendige PoS-Aktionen runden die Kommunikation zum Thema Motionflow 200 Hertz ab. [www.sony.de](http://www.sony.de)



## MP3



### Philips GoGear Audio-/Video-Player

Philips bringt mit den GoGear Spark, GoGear Vibe, GoGear Opus und GoGear Ariaz vier neue Audio-/Video-Player auf den Markt. Mit Speichergrößen von bis zu 16 Gigabyte, hochauflösenden Displays und FullSound, dem Klangoptimierer für MP3-Musik, gibt es portablen Musikgenuss für jeden Geschmack. Die FullSound-Technologie von Philips verbessert Dynamik, Bass, Höhen und das Stereoklangbild stark komprimierter MP3-Dateien. Der GoGear Ariaz ist im mittleren Preissegment angesie-



delte und wird mit 4, 8 und 16 GB Speicherkapazität erhältlich sein. Auf dem zwei Zoll großen Farbdisplay lassen sich selbst Videos in guter Qualität darstellen. GoGear Spark ist ein kompakter Player mit einem 1,5 Zoll großen, farbigen OLED-Display. Der GoGear Spark ist mit den Speichergößen 2, 4 und 8 GB erhältlich. Auch der GoGear Vibe ist einer der

neuen Playertypen, die für Hörbücher von audible geeignet sind. Auf dem 1,5 Zoll großen Display können nicht nur JPGs und Albumcover angezeigt, sondern auch Videos wiedergegeben werden. Der GoGear Vibe ist mit 4 und 8 GB Speicher erhältlich. Ausschließlich mit 16 GB Speicher verfügbar, bietet der Opus ein 2,8 Zoll großes Display, Premium Kopfhörer und ist besonders flexibel bei den Wiedergabeformaten: MP3, WMA, WAV, AAC, FLAC, APE sowie WMV, MPEG4 und JPG bieten umfassende Kompatibilität und Komfort. Natürlich gehören FullSound und „Audible-Ready“ zum Paket. GoGear Spark, GoGear Vibe und GoGear Ariaz sind seit April im Handel verfügbar. Der neue GoGear Opus wird im Mai 2009 folgen. [www.philips.de](http://www.philips.de)

### Kabelloses iPod Docking System von Sony

Die neue kabellose iPod Docking Station AIR-SA20PK besteht aus der Basisstation und zwei dazugehörigen Satelliten. Ist der Stecker der Basis in der Steckdose und der iPod ange-dockt, verbindet sich die Station automatisch über Funk mit den beiden Satelliten. Die Lautsprecher lassen sich fernab der Basisstation aufstellen und sind mit Stereo-Verstärkern und klangvollen Lautsprechern ausgestattet. Der „Single-Modus“ überträgt die iPod-Musik auf

die Satelliten. Dank der bidirektionalen Kommunikation lässt sich das Musik-System auch über die beiden Satelliten steuern, die nicht nur Musik



empfangen, sondern auch die Bedienungskommandos an die Basisstation senden. Im „Multi-Source-Modus“ überträgt die Basisstation die iPod-Musik auf den einen Satelliten, während auf dem anderen der bevorzugte Radiosender läuft. So kann man an zwei Orten unterschiedliche Musik hören. Die iPod Docking Station AIR-SA20PK ist mit allen iPod-Modellen inklusive dem iPhone kompatibel. [www.sony.de](http://www.sony.de)

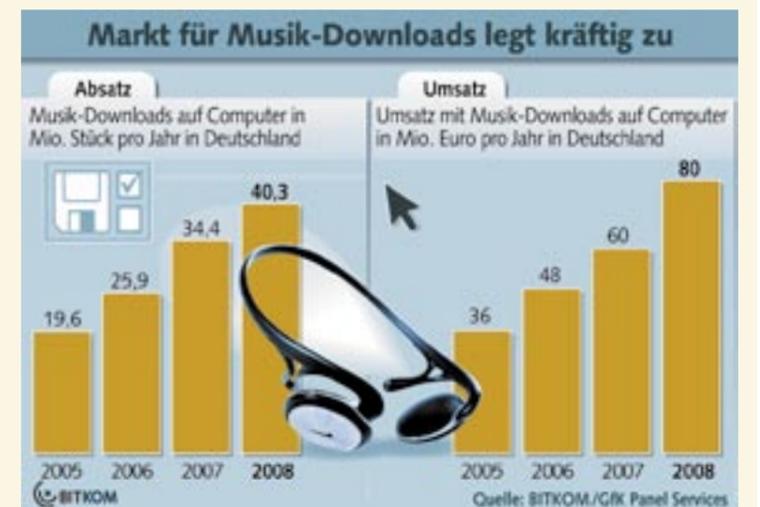
### Windows-Media-Player-Bibliothek auf BlackBerry

Research In Motion (RIM) hat ein Update seiner BlackBerry Media Sync herausgebracht. Mit der neuen Version 2.0 können BlackBerry-Nutzer ihre Windows-Media-Player-Bibliothek mit dem Smartphone synchronisieren. Das Update kann kostenlos von der BlackBerry-Homepage geladen werden. <http://de.blackberry.com>

### Rekordumsatz mit Musik-Downloads

Musik aus dem Internet ist gefragt wie nie zuvor. Im vergangenen Jahr haben sich laut Bitkom die Deutschen Songs und Musikalben im Wert von 80 Millionen Euro auf ihre PCs geladen – 34 Prozent mehr als 2007. 40 Millionen Mal haben die Deutschen einen Song oder ein Album im Netz gekauft und heruntergeladen. Das ist ein Plus von 17 Prozent gegenüber 2007.

Männer stellen 62 Prozent der Kunden, doch Frauen holen allmählich auf. Ihr Anteil an den Downloads wuchs von 36 Prozent im Jahr 2007 auf 38 Prozent im Jahr 2008. Ebenfalls um zwei Prozentpunkte stieg der Anteil von Käufern ab 30 Jahren, der auf 53 Prozent zugenommen hat. „Musik-Downloads sind längst kein Phänomen der jungen Generation mehr, sondern gewinnen in allen Altersgruppen an Beliebtheit“, so Bitkom-Vizepräsident Berg. Einzelsongs kosten im Download derzeit im Durchschnitt 1,10 Euro. Der Preis hängt oft von den Nutzungsrechten ab. Dateien, die unbegrenzt kopiert werden können, sind in der Regel teurer als Musikstücke, die eingeschränkt vervielfältigt oder nur auf bestimmten Geräten abgespielt werden können. [www.bitkom.de](http://www.bitkom.de)



Microsoft: Neue Handelspromotion gestartet

# Keyboards bringen Geld



Mit einer Frühlingspromotion startet Microsoft Hardware in das Jahr. Dazu erhalten Kunden, die sich zwischen dem 1. März und 31. Mai für den Kauf bestimmter Desktop-Sets entscheiden, 25 Euro Rückerstattung. Der Fachhandel hat mit der Abwicklung nichts zu tun und kann sich komplett auf den Verkauf sowie die Kundenberatung konzentrieren.

Nach wie vor gehören Tastaturen, Mäuse und Webcams zu den lukrativsten Zubehörprodukten. Im vergangenen Jahr wurden in Deutschland insgesamt 17 Millionen Geräte verkauft. Davon waren 10 Millionen Mäuse, 5 Millionen Tastaturen und 2 Millionen Webcams. Für die kommenden Jahre wird in dem IT-Zubehörsegment ein Wachstum im zweistelligen Bereich erwartet. In 2008 wurde gegenüber dem Vorjahr ein Wachstum um 10 Prozent auf 13 Prozent Marktanteil erreicht. Interessant dabei ist der Trend hin zu hochwertigen Produkten.

## Qualität und Ergonomie immer gefragter

Lange Zeit standen Qualität und Bedienungskomfort bezüglich Mäusen, Tastaturen und Web-

cams nicht im Fokus der Verbraucher. Das Produkt sollte funktionieren, andere Aspekte waren nur für diejenigen interessant, die tagtäglich mit den Geräten arbeiten müssen. Mittlerweile hat sich die Einstellung der Endverbraucher grundlegend geändert. Zunehmend achten die Kunden auf eine gute Verarbeitung, einfache Installation sowie hohen Bedienungskomfort und Design. In diesem Zusammenhang haben sich die nach ergonomischen Gesichtspunkten entwickelten Microsoft-Tastaturen und -Mäuse eine hohe Marktbedeutung erarbeitet. Um seine Handelspartner beim Abverkauf der aktuellen Desktop-Pakete, bestehend aus Maus und zugehöriger Tastatur, zu unterstützen, hat Microsoft Hardware jetzt mit der Frühlingspromotion eine länger laufende Kampagne ins Leben gerufen. Seit dem

1. März und noch bis zum 31. Mai erhält jeder Kunde beim Kauf eines Cash Back Promotion Desktops eine Rückerstattung von 25,- Euro direkt auf sein Konto gutgeschrieben. Zu der Aktion gehören folgende Microsoft-Modelle:

- Wireless Entertainment Desktop 8000
- Wireless Entertainment Desktop 7000
- Wireless Laser Desktop 7000
- Wireless Laser Desktop 6000 V3
- Natural Ergonomic Desktop 7000

## Bis zu 25 Prozent Einsparung

Je nach Modell kann die Einsparung dabei bis zu 25 Prozent des Kaufpreises ausmachen. Um den Endkunden auf die Aktion aufmerksam zu machen, stellt Microsoft dem Handel Bodenstopper, Aufsteller und auch Flyer zur Verfügung und wirbt für die Aktion großflächig an Säulen und Plakawänden. Störer auf den Aktionsprodukten sorgen im Regal für die nötige Aufmerksamkeit. Die Störer lassen sich rückstands-

Mit der Cash Back Aktion will Microsoft Hardware den Verbraucher einerseits zu ihren Handelspartnern in die Läden bringen und den Kunden gleichzeitig für hochwertige Produkte begeistern. Daher stehen für diese Aktion nur qualitativ hochwertige sowie ergonomische Desktops zur Verfügung.

los entfernen, so dass die Ware auch nach Ende der Aktion ohne Probleme verkauft werden kann. Zur Herstellung eigener Werbemaßnahmen gleich welcher Art bietet Microsoft zur Gestaltung von Katalogseiten, Flyern und Internetseiten Textvorschläge, Störer, Produktbilder sowie Produktbilder mit Störer in elektronischer Form an.

drucken und dann faxen oder per Post versenden. Das Geld wird innerhalb von 30 Tagen auf das angegebene Konto überwiesen. Der Einsendeschluss von Kassenzetteln zur Teilnahme an der Frühlingspromotion ist der 30. Juni 2009. Im April wurde die Cash Back zusätzlich in über 120 Märkten noch einmal durch Promotoren an



Für Microsoft-Desktop-Sets, die während der Aktionsmonate März bis Mai gekauft worden sind, können Endkunden noch bis zum 30. Juni gegen Einsendung des Kaufbelegs eine Gutschrift von 25,- Euro auf ihr Konto erhalten. Je nach Produkt ergibt sich hieraus ein Rabatt auf den Original-Kaufpreis von bis zu 25 Prozent.

## Microsofts Drei-Säulen-Programm

### BASIS

Wireless Media Desktop 1000



#### KERNARGUMENTE

- Maus und Tastatur mit bewährter 27-MHz-Technologie
- 22 Sondertasten für direkten Zugriff auf Medien- und Windows-Funktionen
- Favoritentasten können mit Programmen oder Dateien belegt werden
- Geneigter Tastenblock im flachen Gehäuse mit präzisiertem Druckpunkt
- Zoom-Slider zum Vergrößern und Verkleinern der Anzeige
- Farblich abgestimmte Wireless-Mouse mit praktischem Scrollrad

### KOMFORT

Wireless Laser Desktop 6000 V3



#### KERNARGUMENTE

- Kabelloser Bedienkomfort mit 2,4-GHz-Technologie
- Abgestimmtes Design mit transparenten Tastatur-Elementen und ansprechend geformter Maus im Metallic-Outfit
- Batteriestands-Anzeigen auf Maus und Tastatur
- Tastenblock im Comfort Curve-Layout für entspanntes Arbeiten
- Handballenauflage für optimalen Schreibkomfort
- Zoom-Slider zum Vergrößern und Verkleinern der Anzeige
- High Definition Laser Technology mit 1.000 dpi

### ERGONOMIE

Natural Ergonomic Desktop 7000



#### KERNARGUMENTE

- Ergonomische Desktop-Komplettlösung mit Maus und Tastatur, ohne störende Kabel
- Geteiltes Tastenfeld bringt Hände und Handgelenke in eine entspannte Position
- Maus mit ergonomischer Gehäuseform für eine natürliche Handhaltung
- Die fein strukturierte Oberfläche, die weiche Griffmulde der Maus sowie die gepolsterte Handballenauflage der Tastatur sorgen für mehr Komfort
- Präzise Maus mit High Definition Laser Technology

## Einfache Abwicklung

Der Händler hat im After-Sales-Geschäft mit der Rabattaktion nichts mehr zu tun. Um in den Genuss der Gutschrift zu kommen, muss der Käufer eine Kopie des Kassensbons eines im Aktionszeitraum erworbenen Desktop-Paketes an die Adresse senden, die auf dem an der Produktverpackung angebrachten Flyer oder im Internet angegeben ist. Hierzu stehen drei Wege offen. Auf der Microsoft Homepage befindet sich unter der Internetadresse [www.microsoft-glueckswochen.de](http://www.microsoft-glueckswochen.de) ein Formular, welches ausgefüllt werden muss. Anschließend kann der Anwender dieses Formular mit dem zuvor eingescannten Kassenzettel direkt per Mail versenden. Alternativ kann man sich das Formular auch aus-

den ersten drei Wochenenden im April unterstützt. In diesem Zusammenhang wurden nicht nur die Produkte an sich, sondern gleichzeitig neue Technologien wie BlueTrack dem Kunden erklärt. Zubehör-Spezialisten beantworteten den Kunden darüber hinaus auch technische Fragen, die sich rund um die Installation der Microsoft-Produkte drehten.

Mit der aktuell laufenden Aktion will Microsoft einerseits die Kunden in den Handel bringen und andererseits den Endverbraucher für qualitativ hochwertige Produkte gerade im Zubehörbereich sensibilisieren. Vor allem der Ergonomie-Aspekt wird immer wichtiger, da hiervon unter anderem der Bedienungskomfort abhängt.

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

Samsung: Erfolgreiche Roadshow 2009

# Geburt einer neuen Spezies

Mit einem neuen Konzept und renditestarken Produkten stimmte Samsung letzten Monat seine Handelspartner auf die neue Saison ein. Erstmals präsentierte sich das Unternehmen über alle Bereiche hinweg dem Handel und bot ein umfangreiches Schulungsprogramm bezogen auf die neuen Produkte an. Highlight der Show waren die neuen Display-Serien, allen voran LED-TV.

Im März ging Samsung mit seiner Roadshow „Lichtblicke“ auf Tour durch Deutschland und machte in sieben Städten Station. Insgesamt besuchten rund 3.300 Händler die einzelnen Ausstellungen. Überraschend gut wurde das Schulungsprogramm angenommen, welches das Unternehmen zum ersten Mal im Rahmen einer Roadshow angeboten hatte. „Beinahe alle Seminare an jeweils beiden Tagen waren bis in den Abend hinein sehr gut besucht“, freut

werden nicht zugunsten der Roadshow eingestellt“, so Miksch weiter. „Seit dem 20. April sind wir wieder mit zwölf Trainern für fünf Wochen unterwegs, um unsere Handelspartner direkt vor Ort mit den neuen Produkten vertraut zu machen.“

## Basis für ein erfolgreiches Jahr

Auf besonderes Interesse stieß die Schulung „Samsung LED TV: die neue TV-Kategorie“. Auch die Trainings zu LCD und Plasma wurden gut angenommen. „Für uns war die Roadshow ‚Lichtblicke 2009‘ ein voller Erfolg“, so Hans Wienands, Business Director CE. „Die sehr guten Auftragswerte zeigen uns, dass wir mit unseren Produkten und Technologien genau richtig liegen. Mit der Roadshow haben wir den Grundstein für ein erfolgsorientiertes Geschäftsjahr für uns und den beratungsstarken Handel gelegt.“

## LED-TV im Mittelpunkt

Um die neuen Geräte auch in den Outlets richtig zur Geltung zu bringen, hat Samsung Mitte April umfangreiche Kampagnen gestartet. Unter dem Motto „Samsung LED TV – Die Geburt einer neuen Spezies“ lässt das Unternehmen eine eigene Welt entstehen, die den Kunden die Vorzüge der neuen Hintergrundtechnologie verdeutlicht. Im Mittelpunkt der TV-, Print- und Online-Kampagne steht ein Paradiesvogel, der scheinbar durch eine farbenprächtige Naturlandschaft fliegt. Erst



am Schluss wird die Illusion aufgelöst. So hat sich der Vogel von der lebensechten Bildarstellung des Samsung LED TVs täuschen lassen und befindet sich in Wirklichkeit vor dem TV-Bildschirm. Dieser Spot ist Teil der aktuellen Werbekampagne, mit der Samsung die Einführung seiner neuen TV-Kategorie LED TV präsentiert.

## Umfangreiche Werbemaßnahmen

Wie wichtig die neue Produktgeneration ist, zeigt sich auch im Werbeaufwand. „Wir präsentieren Fernsehen in einer neuen Dimension“, so Gerd Weiner, Head of Marketing. „Deshalb investieren wir auch einen höheren siebenstelligen Betrag in die neue Kampagne, um die Verbraucher von der bisher einzigartigen Bildqualität, dem eleganten Design, der Energieeffizienz sowie der Entertainment-Vielfalt unserer LED-Serien zu überzeugen.“

Die Kommunikationsmaßnahmen finden ihre Fortführung am Point of Sale. Zur Ausgestaltung der Ladenlokale stehen Topper, Wobbler, Deckenabhängiger und Leichtplakate zur Verfügung. Darüber hinaus stellt Samsung seinen Partnern zur Präsentation der LED-Fernseher ein attraktives Display zur Verfügung, welches die Vorzüge der neuen Geräte eindrucksvoll darstellt. Gemeinsam mit dem weltweit ersten Blu-ray-Player BD-P4610, der sich an der

Mit der Einführung der neuen LED-TVs startet Samsung eine umfangreiche Marketingkampagne, die sich über Print-, Online- und TV-Maßnahmen erstreckt. Design, Technik und Energieeffizienz sind die Kernfaktoren der neuen Displays, die entsprechend stark herausgestellt werden.

Wand montieren lässt, sowie der Soundbar HT-WS1G entsteht so ein attraktives Gesamtbild.

## Einprägsame TV-Spots

Großen Wert legt Samsung auf eine breitflächige Werbewirkung. Aus diesem Grund platziert das Unternehmen verschiedene Kurzspots an strategisch günstigen Stellen im Fernsehen. Als Presenter des RTL Event-Movies wird die Aufmerksamkeit des Zuschauers mit kurzen Spots auf die neue TV-Spezies gelenkt. Zudem nutzt Samsung die zukunftsweisenden Eigenschaften der LED-Hintergrundbeleuchtung, um die Spots thematisch zu platzieren. Da sich die neue Technologie durch eine hohe Energieeffizienz und Umweltfreundlichkeit auszeichnet, war Samsung mit diesen Spots auch offizieller Partner des ProSieben „GreenSeven“-Days am 22. April, wo sich alles um das Thema Umweltschutz drehte. Zusätzlich laufen seit Mitte April auf verschiedenen Sendern 15sekündige Werbefilme. „Unser Ziel war es, innerhalb kurzer Zeit möglichst viel Aufmerksamkeit beim Endkunden zu erzeugen, um bei unseren Handelspartnern eine hohe Kundenfrequenz zu generieren“, erläutert Anette Miksch die Strategie. [www.samsung.de](http://www.samsung.de)



Um den Kunden im Ladenlokal für die neue Gerätegeneration zu begeistern, stellt Samsung seinen Partnern umfangreiches PoS-Material zur Ladengestaltung zur Verfügung. Dazu gehören neben Aufstellern, Deckenabhängern, Prospekten oder Wobblern auch Leichtplakate. Diese sind nicht zu übersehen und erläutern leicht verständlich in Kurzform, was LED-TV so besonders macht. Gleichzeitig erhält der Interessent einen Überblick über die einzelnen Funktionen und Ausstattungsmerkmale der Displays und kann sich von der Form- und Farbgebung überzeugen.



Nichts überzeugt einen Kunden mehr als das, was er selber erlebt. Um die LED-TVs ansprechend präsentieren zu können, werden freistehende Displays zur Verfügung gestellt. Auf diesen lassen sich nicht nur die Fernseher ausstellen, sondern zusätzlich das aktuelle Line-Up an Blu-ray-Playern sowie die neue Soundbar.

sich Anette Miksch, Marcom Leiterin CE, über den Erfolg. Zu Recht, denn zirka 250 Trainings wurden während der Tour durchgeführt und von über 1.700 Händlern besucht. Doch auch wer nicht zur Roadshow kommen konnte, braucht sich um mangelnde Qualifizierungsmaßnahmen keine Sorgen zu machen. „Unsere klassischen Trainingsmaßnahmen





UE

### Philips Prestigo Fernbedienung

Philips erweitert seine Reihe an Universal-Fernbedienungen mit der neuen Prestigo SRT9320. Sie bietet mit ihrem berührungsempfindlichen Farb-Display optimalen Bedienkomfort und die Kontrolle der Unterhaltungselektronik im Wohnzimmer mit nur einem Gerät. Über das 2,8 Zoll große Touch-Screen-Display können bis zu 20 Geräte angesteuert werden. Zur Einrichtung der Prestigo wählt der Nutzer aus der



internen Code-Bibliothek von 300.000 verschiedenen Geräten der unterschiedlichsten Hersteller. Sollte dennoch ein Produkt nicht erkannt werden, „lernt“ die Prestigo das Infrarotsignal der Originalfernbedienung. Die Übersicht über die Vielzahl von TV-Stationen ist durch die 500 vorinstallierten Sender-Logos besonders einfach. Dank des Installationsassistenten, der Schritt für Schritt durch das Setup führt, müssen weder Codes eingegeben noch eine komplizierte Programmierung vorgenommen werden. [www.philips.de](http://www.philips.de)

### Blu-ray Heimkino-Systeme von Panasonic

Panasonic präsentiert drei neue Heimkino-Anlagen mit integriertem Blu-ray-Player. Die Heimkino-Systeme SC-BTX70, SC-BT205 und SC-BT200 verfügen über ein Multiformat-Laufwerk für alle gängigen Disc-Formate wie Blu-ray, DVD und CD sowie einen leistungsstarken Mehrkanal-Verstärker mit RDS-Radio.

Vielfältige Multimedia-Funktionen sind dank SD-/SDHC-Kartenslot, USB 2.0-Schnittstelle sowie integriertem iPod-Dock garantiert. SC-BT200 und SC-BT205 sind 5.1-Systeme im klassischen Outfit, während die 2.1-Anlage SC-BTX70 mit schlankem und edlem Design überzeugt. Ein schönes Design weist die motorbetriebene Front der SC-BTX70 auf, die für einen passenden Auftritt sorgt. Erstmals verfügen die Blu-ray-Systeme über



Viera Cast, das den direkten Zugriff auf Internet-Angebote wie YouTube und Picasa auch ohne PC ermöglicht. Darüber hinaus können dank BD-Live Zusatzinformationen zum Film aus dem Internet geladen werden. [www.panasonic.de](http://www.panasonic.de)

### JVC bringt Multimedia-Receiver ins Auto

JVC setzt bei der exklusiven EXAD-Linie auf Bedienkomfort, Funktionalität und Optik. Bei den beiden neuen AV-Receivern KD-AVX40 und KD-AVX20 wurde diese Produktphilosophie mit extra großem TFT-Display sowie einem Bewegungssensor und Touch-Pad umgesetzt. Beide Receiver können

über die Original-Fahrzeug-Lenkradfernbedienung gesteuert werden. Ein MOS-FET Verstärker mit 4 x 50 Watt Digital sowie der 7-Band iEQ sorgen für den richtigen Sound.

Als Quellen stehen neben dem RDS-Tuner und USB-Geräten auch DVDs und CDs zur Verfügung, wobei GIGA MP3 MULTI das Abspielen umfangreicher DVD-Archive mit Tausenden von Songs erlaubt, egal ob MP3, WMA oder WAV. [www.jvc.de](http://www.jvc.de)

### Neuer Digital-Recorder für Metz-TVs

Große TV-Momente lassen sich über den integrierten Metz Digital-Recorder (PVR) seit Beginn dieses Jahres einfach und schnell auf externe Geräte ausspielen und archivieren. Über den USB-Anschluss können Aufnahmen im Datenstromformat „.ts“ verlustfrei auch in gestochen scharfer HDTV-Auflösung auf eine externe Festplatte oder einen USB-Stick übertragen werden. So lässt sich der Digital-Recorder mit 250 GB Speicherkapazität zu einer individuellen Videothek erweitern. [www.metz.de](http://www.metz.de)

### Movie Cube P800 von Emtec

Der Movie Cube P800 umfasst eine Multimedia-Docking-Station inklusive Analog- und DVB-T-Tuner, um aus dem Fernsehen aufzunehmen. Zusätzlich ist das System mit einer mobilen 2,5-Zoll-Festplatte für Multimediadaten wie Filme, Fotos und Musik ausgestattet und ist kompatibel mit SD/SDHC/MMC/MS-Speicherkarten und USB-Massenspeichern. Weiterhin verfügt sie über einen HDMI-Anschluss. Dank WLAN können auf einem PC gespeicherte Filme direkt auf dem Fernseher wiedergegeben werden. [www.dexxon.eu](http://www.dexxon.eu)

**HDTV OHNE UMWEGE!**  
FULL-HD DIGITALFERNSEHER VON TECHNISAT!  
MADE IN GERMANY!

**TechniSat HDTV 40**  
ab € 2.599,99 UVP  
(=unverbindliche Preisempfehlung)

**Top-Features:**

- Full-HD-Panel
- Dual-HDTV-Multituner
- Ethernet- und USB-Schnittstelle
- 250 GB Festplatte inklusive integriertem digitalen Videorekorder

Besser ist einfach besser: TechniSat  
Weitere Informationen und Modelle unter: [www.technisat.de](http://www.technisat.de)



SAT

### TechniSat liefert DigiCorder HD S2 Plus aus

Als Festplatten-Receiver beherrscht der DigiCorder HD S2 Plus zusätzlich zum digitalen HDTV-Empfang auch die Aufzeichnung der hochauflösenden Fernsehbilder. TV- und Radioprogramme lassen sich problemlos mit nur einem Tastendruck auf der integrierten Festplatte speichern. Neu beim DigiCorder HD S2 Plus ist der HDTV-TWIN-Tuner, mit dem der Receiver zwei vollwertige HDTV-Sat-Signale empfangen kann. Dank hoher Datenübertragungsraten der inte-

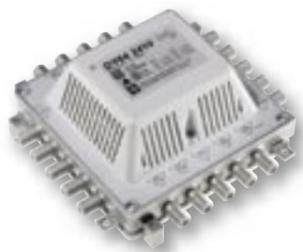


grierten Festplatte ist sogar die simultane Aufnahme zweier HDTV-Kanäle möglich. Der Tuner empfängt dabei die Sender sowohl im herkömmlichen Satellitenfernsehen (DVB-S), als auch im neuen DVB-S2, über das nicht nur HDTV, sondern auch MPEG-4 komprimiertes Standard-Fernsehen übertragen wird. Der DigiCorder HD S2 Plus ist mit unterschiedlichen Festplattengrößen von 160 GB bis 500 GB Datenspeicher erhältlich. Ein USB 2.0-Port zum Anschluss externer Massenspeicher oder anderer Geräte ist gut zugänglich unter einer aufklappbaren Blende an der Frontseite platziert. Alternativ zum Netz-

werkanschluss via Kabel lässt sich der DigiCorder HD S2 Plus nun auch mittels eines USB-WLAN-Adapters über Funk ins heimische Netzwerk einbinden. Der Receiver kann jetzt auch auf Netzwerk-Laufwerke und -Ordner zugreifen. Über zwei „Common Interface“-Steckplätze (CI) lässt sich das Gerät um neue Entschlüsselungssysteme und Komprimierungsstandards erweitern. [www.technisat.de](http://www.technisat.de)

### SAT-Einkabelanlagen von Wisi

Die WISI Communications GmbH & Co. KG (Wisi) hat jetzt eine Unicable-Lösung für den Anschluss von bis zu acht Receivern an ein Koaxialkabel in den Markt gebracht. Die vier neuen Multischalter der Serie Multisystem Quick eignen sich ideal für die Verteilung digitaler Satellitenprogramme und die Nachrüstung von Etagenwohnungen. Dabei lässt sich das bereits in der Wohnung vorhandene Koaxialkabel mit in Serie geschalte-



ten Antennendosen weiter verwenden. An den Multischaltern DY64 1810 und DY68 1810 lassen sich über ein Koaxialkabel bis zu acht Receiver betreiben. Mit den beiden anderen Unicable-Multischaltern DY64 2410 und DY68 2410 können alternativ zwei Kabelstränge mit jeweils 4 Teilnehmern angesteuert werden. Die Multischalter haben 4 (DY64) bzw. 8 Sat-Eingänge (DY68), einen terrestrischen Eingang und erfüllen den Unicable-Standard EN 50494. [www.wisi.de](http://www.wisi.de)

### SetOne bringt SAT-Receiver mit Touchscreen

Unter der Eigenmarke SetOne liefert die SetOne GmbH ab sofort technologie- und designorientierte Digitalreceiver für das Premium Segment. Den Beginn bilden die Modelle TX 9900 TWIN HD und TX 9500 HD für den Empfang von digitalem Satellitenfernsehen, einschließlich hochauflösender HDTV-Inhalte. Beide Geräte sind per USB 2.0, e-SATA oder Netzwerkschnittstelle (Ethernet) PVR-ready und verfügen über jeweils zwei Common Interface Schächte für verschlüsselte TV-Angebote. Der Receiver ist mit optisch ansprechenden Designelementen wie einem Touchscreen-Bedienfeld, einer nach oben herausgleitende Blende für die im Inneren rot beleuchteten CI-Schächte



sowie einem VFD-Display ausgestattet. Die Receiver der SetOne HD Premium Serie sind ab sofort für UVP 499,- EUR (TX 9000 TWINHD) bzw. UVP 299,- EUR (TX 9500 HD) verfügbar. [www.setone.eu](http://www.setone.eu)

### DVB-T-Zimmerantenne SV 9380 von One For All

Die SV 9380 ist eine DVB-T-Lösung, die die derzeit über DVB-T ausgestrahlten Programme sowie zukünftige Programmübertragungen über DVB-T2 einspeist. Aktive Dreifachfilter beseitigen dabei alle unerwünschten Störsignale und sorgen für kristallklare Bildqualität. Die flache Full-HD-Antenne mit Dual-Patch-Technik und rauschreinem Verstärker gewährleistet zudem maximalen Empfang von digitalen terrestrischen



Signalen. Die kompakten Abmessungen und das attraktive Äußere mit Aluminium-Standfuß machen die SV 9380 zum Designobjekt. Der integrierte Verstärker hebt das terrestrische Signal auf bis zu 42 dB an. Der aktive Dreifach-Rauschfilter und die Signal-Clear-Technik unterdrücken die im Zimmer befindlichen unerwünschten Signale durch Mobiltelefone, WLAN-Netze, elektrische Geräte oder sonstige Quellen, die zu einer Überlastung und somit zu einem Einfrieren des Bildes führen. Mit HD-Informationsströmen wie dem DVB-T-Nachfolger DVB-T2 oder HD-MPEG4 hat die SV 9380 ebenfalls keine Probleme: Die Dual-Patch-Technik sorgt für einwandfreien HD-Empfang. Die SV 9380 ist ab sofort für 49,99 Euro erhältlich. [www.oneforall.de](http://www.oneforall.de)

### Telestar mit neuem HDTV-Receiver

Der in Deutschland entwickelte und produzierte HDTV-Receiver lässt sich zu einer Multimedia-Station aufrüsten. Über den USB-Anschluss lassen sich externe Festplatten mit dem Receiver verbinden und auf externen USB-Speichermedien gelagerte MP3- und Bilddateien abspielen. Der Ethernetanschluss ermöglicht die Einbindung des Receivers in ein Heimnetzwerk sowie die Fernsteuerung via Internet. [www.telestar.de](http://www.telestar.de)

**Philips: Hochwertige Produkte sind gefragt**

# Mehr als nur Fernsehen

**Trotz anhaltender konjunktureller Schwächen konnte Philips seine hohen Marktanteile im CE-Segment in beinahe allen Sparten sichern, auch wenn das Unternehmen im nach wie vor starken TV-Geschäft einen Rückgang von 24 Prozent Marktanteil in 2008 auf momentan 18 Prozent hinnehmen musste. Neue Geräte und eine konsequente Handelspolitik sollen Philips dieses Jahr wieder auf Titeltkurs bringen.**

Gerade im Flat-TV-Segment will Philips in diesem Jahr angreifen und sich die Top 1 Position wieder erkämpfen. Oberste Priorität hat hierbei der Fachhandel. Diesen zu stärken und mit einer ausreichend hohen Marge auszustatten, ist das erklärte Ziel der Hamburger. Um sich weitere Marktanteile sichern zu können, stützt sich Philips auf drei Säulen:

- Eine konsequente Vertriebspolitik
- Die Einführung innovativer Produkte und Technologien
- Net Promoter Score als interne Steuerungsgröße

Für Henrik Köhler, Geschäftsführer Philips Deutschland, führt der Weg zum Erfolg nur über einen guten Service in Richtung Fachhandel: „Wir müssen für den Handel ein berechenbarer, fairer Partner sein und

uns für die Belange unserer Partner einsetzen.“ Der Net Promoter Score (NPS) ist innerhalb des Unternehmens zu einem wichtigen Instrument geworden. Hier wird die Zufriedenheit in den Bereichen Handel, Endkunden und Support permanent erfasst, um entsprechende Maßnahmen zur Verbesserung ergreifen zu können.

## Händler empfehlen Philips

Diese Maßnahmen haben bereits dazu geführt, dass der Handel Philips-Produkte aufgrund eines guten Supports und hoher Qualität gerne verkauft. Obgleich sich auch die Endkunden zunehmend zufriedener mit dem After-Sales-Service zeigen, stehen gerade hier weitere Neuerungen an. „Um eine bessere Erreichbarkeit bei Endkundenfragen zu gewährleisten, haben wir seit dem 1. April eine kostenlose Konsumenten-Hotline eingerichtet“, so Kai Hillebrandt,

Vertriebsleiter Philips. „Darüber hinaus werden Endkunden ab Mitte Mai immer einen Gesprächspartner am Telefon haben und auf keinem Roboter mehr landen.“ Ein sogenanntes Welcome-Team wird die Anfragen kanalisieren und die Anrufer an entsprechende Spezialisten weitervermitteln. Um die Erreichbarkeit und Personalisierung auch über das Internet zu verbessern, soll in der zweiten Jahreshälfte 2009 ein Live Chat installiert werden.



Henrik Köhler: „Wir wollen mit Innovationen das Wachstum vorantreiben und einen gesunden Ertrag für den Fachhandel ermöglichen.“

„Unser Ziel ist es nach wie vor, den Fachhandel in die Lage zu versetzen, mit innovativen Produkten Geld zu verdienen“, stellt Köhler unmißverständlich klar. „Entsprechend wollen wir in diesem Jahr das Marktwachstum durch Innovationen treiben und einen gesunden Ertrag für den Fach-

handel ermöglichen.“ Eines der aufmerksamkeitsstärksten Produkte ist das neue Philips Cinema 21:9 LCD-TV. Das Gerät bietet mit seinem 56 Zoll Full HD LC-Display ein echtes Heimkinoerlebnis mit einem Seitenverhältnis von 21:9, das der Darstellung im Kino entspricht. Normale LCD-TVs müssen bei der Darstellung entweder das Seitenverhältnis verändern und verlieren so Bildinhalte oder sie füllen den Bildschirm mit oben und unten schwarzen Balken auf (Letterbox-Darstellung).

Neben Filmen im 21:9-Format werden auch 16:9-Inhalte, beispielsweise TV-Sendungen oder von Spielkonsolen, formatfüllend wiedergegeben. Die Anpassung geschieht über hochentwickelte Skalierungsverfahren.

Das neue Display ist ab sofort zum Preis von rund 4.000,- Euro erhältlich. Um den Abverkauf der Geräte zu fördern, startet Philips im 2. Quartal eine großangelegte Werbekampagne. In deren Mittelpunkt steht das neue Cinema 21:9



LCD-TV. Jeder Händler kann die neuen Produkte vermarkten, sofern er sich aktiv für den Verkauf einsetzt. „Mit diesem ‚Pay for Performance‘ Prinzip bieten wir dem Fachhandel überdurchschnittliche Spannen für erbrachte Leistungen“, führt Henrik Köhler aus. „Darüber hinaus ist aber auch der Online-Handel nicht mehr aus unserem Geschäftsfeld wegzu-denken. Wir müssen uns den Herausforderungen des Internets stellen und die bekannten Probleme gemeinsam mit dem Fachhandel lösen. Auch von den Kooperationszentralen sowie den Großhändlern erwarten wir, dass über das Internet keine Dumpingpreise gefahren werden, sondern unsere Vertriebspolitik umgesetzt wird. Daher leiten wir rechtliche Schritte ein, um ‚Spielverderber‘ nach fairen Regeln am Markt teilnehmen zu lassen.“

## Umfangreiches Schulungsprogramm

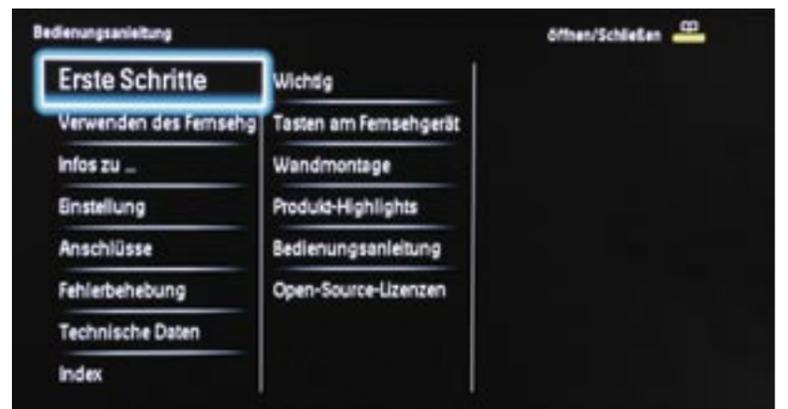
Um den Kunden adäquat beraten zu können, finden Schulungen im Bereich Sound & Vision in ganz Deutschland in fünf Regionen an jeweils drei Standorten statt. Auf diese Weise will Philips insgesamt 750 Teilnehmer schulen. „Die Vernetzung von Produkten im heimischen Wohnzimmer nimmt zu, egal, ob es sich dabei um die Neuheit Net TV handelt, eine Anwendung von Philips, die das Internet ins Fernsehen holt, oder unsere aktuellen Streamium-Anlagen und Netzwerkplayer“, erklärt Holger Bergmann, Trade Marketing Manager von Philips. Zusätzlich sind zwischen dem 2. und 4. Quartal fünf Produktrainer bundesweit unterwegs, um den Handel für die neuen Audio & Video-Produkte fit zu machen.

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

Mit einer breit angelegten Werbekampagne und innovativen Produkten startet Philips in die Verkaufssaison. Zu den aufmerksamkeitsstärksten Geräten zählt der neue Cinema 21:9 LCD-TV. Umfangreiche Schulungsmaßnahmen sollen die Händler in die Lage versetzen, ihre Kunden kompetent beraten zu können.



Der Cinema 21:9 bietet mit seinem 56 Zoll-Full HD LC-Display das ultimative Heimkinoerlebnis mit einem Seitenverhältnis von 21:9, das exakt der Darstellung im Kino entspricht. Das dreiseitige Ambient Light Spectra ermittelt die auf dem Bildschirm vorherrschenden Farben und beleuchtet dementsprechend die Wand.



Je höher die Ausstattung der Geräte wird, desto wichtiger ist eine einfache Bedienung. Philips hat nicht nur das Handbuch in den Fernseher verlagert, sondern sorgt mit einer einfachen und übersichtlichen Benutzeroberfläche dafür, dass gesuchte Informationen durch den Anwender schnell gefunden werden.



Die Vernetzung von Produkten im heimischen Wohnzimmer nimmt zu. Net TV holt das Internet ins Fernsehen und erlaubt dem Anwender den Zugriff auf vordefinierte Inhalte. Darüber hinaus lässt sich jede Internetadresse wie vom PC her gewohnt anwählen. Philips' virtuelle Tastatur erleichtert die Eingabe.



### Sharp zieht LCD-Produktionsstart in Sakai wegen hoher Nachfrage vor

Wegen der hohen Nachfrage beginnt Sharp in seiner weltweit ersten Fabrik der zehnten Generation fünf Monate früher als geplant mit der Produktion von LCD-Panels: Die Nachfrage nach qualitativ hochwertigen LCD-Panels ist, laut Aussage des LCD-Technologieführers, trotz der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise nach wie vor hoch. Vor allem in sogenannten „Emerging Markets“ wie China und Europa nehme der Bedarf weiter zu. Europa ist für Sharp einer der größten und wichtigsten Übersee-Märkte. Die Nachfrage nach sogenannten e-Signage Displays (Public Displays) sei ebenfalls überproportional angestiegen. Um dieser erfreulichen Entwicklung gerecht zu werden, habe das Unternehmen die Entscheidung getroffen, den Start seiner neu errichteten LCD-Panel-Fabrik im japanischen Sakai um fünf Monate auf den Oktober 2009 vorzuziehen. Das Technologieunternehmen Sharp hatte Ende 2007 im japanischen Sakai bei Osaka mit dem Bau der weltweit größten und modernsten Produktionsanlage für LCD-Panels und LCD-Module begonnen. Die neue Produktionsstätte ist die erste LCD-Panel-Fabrik der zehnten Generation (10G) und verarbeitet 8,7 Quadratmeter große LCD-Muttergläser mit Abmessungen von 2.850 x 3.050 Millimetern. Die in Sakai verarbeiteten Glassubstrate sind um 60 Prozent in der Fläche größer, als die von Sharp in der 8G LCD-Fabrik Kameyama II verarbeiteten Muttergläser. Aus einem 10G Glassubstrat lassen sich sechs 60-Zoll- oder acht 50-Zoll-LCD-Panels schneiden, können aber auch Panels in den Größen 82 Zoll und 108 Zoll gewonnen werden. Das erhöht beträchtlich die Produktionseffizienz.

### Markt für e-Signage und Public Displays gewinnt an Bedeutung

Parallel zum Geschäft mit TV-Geräten gewinnt der e-Signage Markt schnell an Bedeutung: Laut Berichten des Marktforschungsunternehmens iSuppli wächst der weltweite Bedarf an Displays und Monitoren für den Out-of-Home-Einsatz als elektronische Poster- und Werbetafeln, Informationsanzeigen in Bahnhöfen und Flughäfen oder Verkehrs- und Besucherleitsystemen in den nächsten vier Jahren um 300 Prozent auf mehr als 20 Millionen Einheiten. Mit seinem breiten Portfolio an e-Signage Displays, inklusive der neuen Größen mit 108 Zoll und 82 Zoll Bildhöhe, ist Sharp bestens darauf vorbereitet, von dieser Entwicklung substantiell zu profitieren. Die neue G10 Produktionsanlage in Sakai übernimmt dabei die Schlüsselfunktion der hocheffizienten Produktion von LCDs für diesen neuen Wachstumsmarkt.

### Sakai ist Sharps „Manufacturing Complex for the 21st Century“

Neben der neuen LCD-Panel-Fabrik werden im 1,27 Millionen Quadratmeter großen „Manufacturing Complex for the 21st Century“ des Sakai Fabrikgeländes alle Zulieferunternehmen für Sharps TV- und Display-Produktion mit ihrer gesamten Infrastruktur für Entwicklungs-Produktionsprozesse angesiedelt. „Diese einmalige Konzentration von Spezialisten, Know-how und modernsten Produktionsstätten an einem Platz erlaubt uns eine neuartige vertikal integrierte Produktion. Neben klaren Zeit- und Kostenvorteilen verbinden wir so innovative LCD-Technologien mit der Fähigkeit, besonders große Glassubstrate für LCDs verarbeiten zu können. Das Ergebnis werden unsere neuen State-of-the-Art LCD-TVs sein“, erläutert Sasaoka. „Außerdem werden CO<sub>2</sub>-Emissionen auf diese Weise soweit wie nur möglich vermieden und damit eine ressourcenschonende und energieeffiziente Herstellung garantiert. Damit unterstreicht Sharp neben seiner LCD-Innovationsführerschaft auch seinen hohen Anspruch, eine ‚Environmental Advanced Company‘ zu sein“, ergänzt Sasaoka weiter. Die monatliche Produktionskapazität wird beim Produktionsbeginn im Oktober 2009 bei etwa 36.000 10G Glas-Substraten liegen und bei Erreichen der vollen Kapazität der Anlage auf 72.000 Glas-Substrate pro Monat ansteigen. Der Investitionsumfang des Sakai-Projekts liegt bei 3 Milliarden Euro. Der Standort ist 1Takumi-cho, Sakai, Sakai City, in der Osaka Prefecture, Japan. Nach der Produktionsaufnahme in der G10 Fabrik in Sakai will Sharp die Fertigung von kleinen und mittelformatigen LCD-Panels in seine bisher modernsten Werke in Kameyama verlegen. Dort können Displays für mobile-, Automotive- und Industrie-Anwendungen noch effizienter als bisher und mit nochmaliger Qualitätssteigerung hergestellt werden. Das Geschäft mit kleinen und mittelformatigen LC-Displays und elektronischen Komponenten für derartige Anwendungen trägt zu rund einem Drittel zum Gesamtumsatz von Sharp bei.

### Nachfrage nach LCD-TVs steigt in Europa um 7 Prozent

Laut dem Marktbeobachter DisplaySearch erhöht sich die weltweite Nachfrage nach hochwertigen und großformatigen LCD-TVs im Jahr

2009 um 17 Prozent auf rund 120 Millionen Geräte. „Allein in Europa liegt der Bedarf nach unseren Schätzungen in diesem Jahr bei 37 Millionen Geräten und damit um 7 Prozent höher als im Vorjahr“, erläutert Hiroshi Sasaoka, CEO Sharp Electronics Europe. „Bereits jetzt ist die LCD-Panel-Produktion in unseren Fabriken in Kameyama voll ausgelastet. Deshalb ziehen wir den Produktionsbeginn in unserer neuen Fabrik in Sakai um sechs Monate vor, um der hohen Nachfrage entsprechen zu können“, erklärt Sasaoka.

### Toshiba übernimmt das komplette LCD-Joint-venture mit Panasonic

Die Toshiba Corporation, der zweitgrößte Elektronikkonzern und Chiphersteller in Japan, hat mit dem Elek-

tronikkonzern Panasonic eine Vereinbarung zur Übernahme des bisher gemeinsam betriebenen Joint-ventures „Toshiba Matsushita Display Technology“ Co. Ltd. (TMD) getroffen: Laut Mitteilungen der beiden Unternehmen soll die Transaktion mit Wirksamkeit zum 28. April erfolgen. Das im Jahr 2002 gegründete Gemeinschaftsunternehmen, an dem Panasonic mit 40 Prozent beteiligt war, produziert und vertreibt LCD-Displays. Die bisherige Toshiba Matsushita Display Technology wird nach der Übernahme als vollständige Toshiba-Tochter unter „Toshiba Mobile Display Co. Ltd.“ firmieren. Als Reaktion auf die derzeitige schwierige konjunkturelle Situation will TMD das LCD-Geschäft restrukturieren und in diesem Zusammenhang mehrere Produktionslinien stilllegen. In Zukunft werde man sich verstärkt auf „Organic Light Emitting Displays“ (OLEDs) konzentrieren, heißt es in Mitteilungen des Herstellers.

**Resolution+**  
HD-Feeling jetzt erleben

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

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

**REGZA**

**TOSHIBA**  
Leading Innovation >>>

tronikkonzern Panasonic eine Vereinbarung zur Übernahme des bisher gemeinsam betriebenen Joint-ventures „Toshiba Matsushita Display Technology“ Co. Ltd. (TMD) getroffen: Laut Mitteilungen der beiden Unternehmen soll die Transaktion mit Wirksamkeit zum 28. April erfolgen. Das im Jahr 2002 gegründete Gemeinschaftsunternehmen, an dem Panasonic mit 40 Prozent beteiligt war, produziert und vertreibt LCD-Displays. Die bisherige Toshiba Matsushita Display Technology wird nach der Übernahme als vollständige Toshiba-Tochter unter „Toshiba Mobile Display Co. Ltd.“ firmieren. Als Reaktion auf die derzeitige schwierige konjunkturelle Situation will TMD das LCD-Geschäft restrukturieren und in diesem Zusammenhang mehrere Produktionslinien stilllegen. In Zukunft werde man sich verstärkt auf „Organic Light Emitting Displays“ (OLEDs) konzentrieren, heißt es in Mitteilungen des Herstellers.

### Lite-On entwickelt LEDs mit RG Phosphoren für TV Backlights

Das LED-Packer Lite-On Tochterunternehmen „Lite-On Technology“ will

### Toshiba stellt LCD-TVs mit Local-Dimming LED Backlights vor

Toshiba Corp. hat in Japan die neuesten Modelle seiner Regza LCD-TV-Serien vorgestellt, die dort seit dem 25. April zur Markteinführung kommen. Die bemerkenswerteste Neuentwicklung ist die ZX8000-Serie, die mit einer weißen LED-Hintergrundbeleuchtung ausgestattet ist. Mit einem elektronischen Backlight-Kontrollsystem auf Basis eines von Toshiba neu entwickelten LSI kann bei den ZX8000 LCD-TV-Modellen die Lichtintensität der Hintergrundbeleuchtung für verschiedene Bereiche des LCD-Panels unabhängig voneinander gesteuert werden. Als Resultat der sogenannten „Local Dimming Technologie“ wird ein dynamisches Kontrastverhältnis von

2.000.000:1 erreicht. Das ermöglicht neben höchster Detailschärfe eine hervorragende Schwarzsättigung und besonders realistische Darstellung von Bilddetails in dunklen Partien der Bildinhalte. Die ZX8000 sind mit einem „Full-HD Clear Panel“ mit Hochglanz-Oberfläche bestückt. Die Panel-Konstruktion minimiert diffuse Reflexionen des Umgebungslichts im Inneren des Panels und ermöglicht auf diese Weise die perfekte Darstellung von dunklen und schwarzen Bildpartien. Zusätzlich zu der bisherigen „double-speed driving“-Funktion mit 120 Bildwechslern pro Sekunde ist der ZX8000 mit „W Scan Double Speed“-Funktion ausgestattet, die durch eine zwischengeschaltete lokale Schwarzsteuerung „local blinking backlight“ unterschiedlicher Display-Regionen für klare, konturscharfe Abbildungsqualität sorgt. Das Full-HD Clear Panel und die W Scan Double Speed-Funktion wird nicht nur bei der ZX8000-Reihe, sondern auch bei den ZH8000- und Z8000-Modellen eingesetzt. Die ZH8000 sind mit einer integrierten 300-GB-Festplatte ausgestattet.

Alle drei Modellreihen sind die ersten TV-Geräte, die Yahoos „TV version of Yahoo! Japan“ abrufen und darstellen können, ein japanischer Internet-Service, der am 6. April dieses Jahres gestartet wurde. Laut Mitteilungen von Toshiba werden für die Regza TV-Geräte der neuen Serien ZX8000, ZH8000 und Z8000 nachfolgend genannte Verkaufspreise erwartet: Für die 55- und 46-Zoll-Modelle der ZX8000-Reihe ¥600.000 (ca. 6.000 US-Dollar) und ¥500.000. Das 55-Zoll-Modell der ZH8000-Reihe soll ¥500.000 und das 47-Zoll-Modell der ZH8000-Reihe ¥400.000 kosten. Die 47-, 42- und 37-Zoll-Modelle der Z8000 sollen Verkaufspreise von ¥370.000, ¥320.000 und ¥270.000 erzielen.

### Klaus Dahl geht in den Ruhestand

Klaus Dieter Dahl wurde am 21.10.1946 in Bremen geboren und kennt die UE-Branche seit 46 Jahren. Der Einstieg erfolgte 1963 über eine Lehre als Groß- und Einzelhandelskaufmann, während der er die Einführung der Kompaktkassette erlebte. Zu dieser Zeit waren noch Elac-Plattenspieler aktuell, die 78 Umdrehungen pro Minute machten, 10-fach-Plattenwechsler sorgten für längeren Musikgenuss und die Fernseher waren Schwarzweiß.

„Als ich 1998 die Position des General Manager Consumer Electronic Produkte übernahm, steckte die Unterhaltungselektronik bei Toshiba noch in den Kinderschuhen, und mit einem Marktanteil bei den Fernsehern von 0,9 Prozent lag noch ein weiter Weg vor uns“, blickt Klaus Dieter Dahl auf die Jahre bei Toshiba zurück. „Ich erinnere mich noch gut an unser erstes großes Erfolgserlebnis: Die Marktführerschaft mit Rückprojektions-TVs zu erzielen, war damals ein echtes Highlight. Später konnten wir den Durchbruch mit LCD-TVs als weiteren Erfolg verbuchen.“ Heute ist Toshiba gut aufgestellt und hat alle Voraussetzungen erfüllt, um erfolgreich am Markt agieren zu können. Entsprechend optimistisch sieht auch Dahl kurz vor seinem Ruhestand die Perspektiven seines alten Arbeitgebers: „Und nun? Wir haben es geschafft, uns mit einem Marktanteil von zirka 8 Prozent unter den Top 5 zu etablieren. Und ich bin mir sicher, dass die kommenden Jahre nicht minder erfolgreich für Toshiba verlaufen werden.“



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

## Euronics: Erfolgreicher Start des neuen Markenkonzepts

# Euronics XXL SIEG DER STERNE 2009

**Euronics Deutschland erwirtschaftete in den ersten sechs Monaten des aktuellen Geschäftsjahres einen Zentralumsatz von zirka 856 Millionen Euro und bleibt mit einem leichten Minus von einem Prozent auf Vorjahresniveau. Mit dem neuen Fachhandelskonzept XXL rundet die Kooperation das bestehende Betriebskonzept ab.**

Um auch in Zukunft Wachstumspotential für ihre Mitglieder zu erschließen, hat Euronics in diesem Jahr auf dem Kongress in Stuttgart das neue Fachmarkt-konzept Euronics XXL vorgestellt. Die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Euronics-Fachmarktes liegt aktuell bei rund 1.400 Quadratmetern. Ein fachmarkttypisches Vollsortiment, verbunden mit Preisgarantie, kompetenter Fachberatung und fest definierten Serviceleistungen sind die Eckpfeiler des neuen Fachmarkt-konzeptes.

„Klarer Anspruch jedes neuen XXL-Marktes ist die regionale Marktführerschaft. Das Euronics Betriebs-typenmanagement unterstützt diesen Anspruch durch fachmarkttypische Konzepte und ermöglicht jedem Händler eine reibungslose und erfolgreiche Umstellung“, erläutert Werner Winkelmann, Vorstandssprecher der Euronics Deutschland eG.



Werner Winkelmann: „Klarer Anspruch jedes neuen XXL-Marktes ist die regionale Marktführerschaft.“

### Maßgeschneiderte Lösungen

Im Rahmen des neuen Konzepts erhalten Händler maßgeschneiderte Lösungen für die Innen-beziehungsweise Außenoptimierung und ein hohes Maß an zentraler Unterstützung bei der

Umsetzung. Umfassende Sortimente und ein aktueller Ladenbau signalisieren den Kunden eines XXL-Marktes, dass sie hier die größtmögliche Auswahl an moderner Unterhaltungselektronik und Hausgeräten finden.

### 100 XXL-Märkte bis Mitte 2010

„Bei unseren Mitgliedern ist das XXL-Konzept auf breite Zustimmung gestoßen. Ehrgeiziges Ziel ist es deshalb, bis Mitte 2010 mehr als 100 Fachmärkten ein komplett neues Erscheinungsbild zu geben. Durch die Integration der MEGA Companys in das neue Markenbild bekommt der Außen-auftritt der Euronics neues Profil“, so Winkelmann. In Pilotbetrieben wie zum Beispiel in Warstein und in Leinfelden-Echterdingen wurde das neue Markenkonzept bereits erfolgreich realisiert. Bis zum Jahresende 2009 sind insgesamt über 50 Umrüstungen geplant.

Einen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr verbuchte der Euronics Fachhandel vor allem in den Bereichen PC und Multimedia mit 29 Prozent und in der Unterhaltungssoftware mit sieben Prozent. Bei der Haustechnik erreichte die



Werner Winkelmann (Vorstandssprecher Euronics, links), Benedict Kober (Vorstand Euronics, Mitte) und Dirk Wittmer (Aufsichtsrat, rechts) stellten den Euronics-Mitgliedern auf dem Stuttgarter Kongress das neue XXL-Konzept vor und zeigten auf, auf welche Trendthemen sich der Handel 2009 einstellen muss.



Kooperation einen Umsatz von 199 Mio. Euro, dies entspricht einem Plus von acht Prozent. Beratungsthema Nr. 1 blieb hier die Frage nach der Energieeffizienz. Das leichte Minus sieht Werner Winkelmann vor allem im erstarkten Wettbewerb. „Ursache für das leichte Minus von einem Prozent gegenüber dem Vorjahr ist vor allem die Anfang 2009 gestartete aggressive Werbekampagne unseres stärksten Wettbewerbers. Darüber hinaus erzielten unsere Mitglieder aber einen deutlich besseren Außenumsatz, als es der zentralregulierte Umsatz widerspiegelt. Aufgrund der aktuellen Unsicherheiten am Markt haben unsere Mitglieder vorsichtiger disponiert und auf eigene Warenbestände zurückgegriffen.“

### Umsatzträger Digitalisierung

Auch in 2009 setzt Euronics auf kontinuierliche Qualifizierungsangebote, die den Mitgliedern helfen, sich mit Qualität und Service beim Endverbraucher zu empfehlen. Mit umfassenden Weiterbildungsangeboten unterstützt die Zentrale ihre Mitglieder auch in 2009 bei allen markt- und marketingrelevanten Themen. Die Nachfrage ist groß. Mit einer neu gegründeten Führungskräfte-Akademie bereitet die Kooperation Nachwuchsführungskräfte auf die Unternehmensnachfolge vor. Gemeinsam mit der Bosch Siemens Hausgeräte GmbH wurde das erfolgreiche Schulungskonzept „Q+“ aufgelegt. Ein weiterer großer Beitrag zu den Qualifizierungsmaßnahmen, der mittlerweile in die dritte Runde gestartet ist. In der Umstellung auf das digitale Fernsehen sieht Benedict Kober, Vorstand Euronics, gute Chancen für den beratenden Handel: „Über technische Trends wie 200 Hertz-

Einen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr verbuchte der Euronics Fachhandel vor allem in den Bereichen PC/Multimedia mit 29 Prozent und in der Unterhaltungssoftware mit sieben Prozent. Bei der Haustechnik erreichte die Verbundgruppe einen Umsatz von 199 Mio. Euro.

oder LED-Backlight-Technologie hinaus muss es darum gehen, den Konsumenten die vielfältigen neuen Möglichkeiten aufzuzeigen. Das Internet bietet eine neue Programmquelle für das zentrale Ausgabemedium im Wohnzimmer. Die Verbraucher müssen

noch in diesem Jahr mit aufmerksamkeitstarken Präsentationen in den Verkaufsräumen überzeugt werden. Vorführungen von Surround-Sound, Wirelesslösungen oder der Multifunktionalität der Geräte sind dafür besonders wichtig.“ [www.euronics.de](http://www.euronics.de)



In Pilotbetrieben wie hier in Warstein wurde das neue XXL-Markenkonzept bereits erfolgreich umgesetzt. Ein Vollsortiment, verbunden mit Preisgarantie, kompetenter Fachberatung und fest definierten Serviceleistungen sind die Eckpfeiler des neuen Fachmarkt-konzeptes.



Ab sofort können Euronics-Händler ihren Kunden neueste Produktinformationen in Form des Magazins „best of electronics!“ mit auf den Weg geben. Neben nützlichen Tips, Berichten, Internetadressen und Querverweisen auf Online-Angebote erwarten den Leser auch attraktive Gewinnspiele.

# Loewe: Konzern erreicht Rekordergebnis in 2008

## Die High-End Königsklasse

Mit der Eröffnung einer neuen Produktionslinie in Kronach setzt Loewe für die Herstellung seiner Premiumprodukte weiterhin auf den Standort Deutschland. Mit einer Gesamtinvestition von rund 2,5 Mio. Euro ist hier eine hochautomatisierte Fertigungsstraße nach neuesten ergonomischen Erkenntnissen entstanden.

In der neuen Produktionsstraße sollen in Zukunft die Spitzengeräte der Kronacher entstehen. Dies betrifft vor allem die großen Bildschirmformate 42 Zoll bis 65 Zoll, die mit neuesten Technologien wie Full-HD-100-Hertz und Panels mit LED-Hintergrundbeleuchtung ausgestattet sind, sowie die 200-Hertz-Geräte.

### Investition in die Zukunft

Für Loewe war die Investition in Höhe von rund 2,5 Millionen Euro unumgänglich. „Wer im hart umkämpften Markt der Unterhaltungselektronik die Nase vorn haben will, der muss nicht nur heute Produkte von morgen und übermorgen entwickeln, sondern auch über die entsprechenden, zukunftsorientierten-



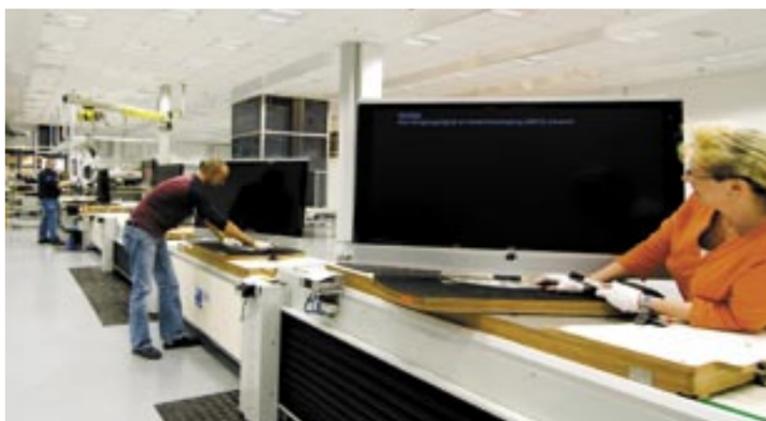
Gerhard Schaas: „Premiumprodukte können nur in einem Premiumumfeld mit modernen Anlagen produziert werden.“

Produktionstechnologien verfügen“, so Gerhard Schaas, Technikvorstand der Loewe AG. Im Vordergrund stand vor allem eine effizientere Produktion gerade bei der Vielzahl unterschiedlicher großformatiger Displays. „Für uns geht es unter anderem darum, Rüst- und Ausgleichszeiten in der Produktion möglichst flach zu halten“, bekräftigt Schaas. „Das ist eine beson-

dere Herausforderung, vor allem hinsichtlich der hohen Individualisierung unserer hochwertigen und großformatigen Produkte und dementsprechend kleiner Losgrößen. Aus diesem Grund haben wir uns kompetente Berater gesucht. Bei der Entwicklung der neuen Produktionslinie standen wir in enger Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer Institut. In Teilbereichen haben wir auch mit der Fachhochschule Hof kooperiert. Auf diese Art wurden angewandte Wissenschaft und praktische Erfahrungswerte zusammengebracht, um ein möglichst optimales Ergebnis zu erzielen“, ergänzt Gerhard Schaas.

### 300 Displays pro Tag

Das Ergebnis kann sich sehen lassen. In einer bestehenden Halle mit 2.000 Quadratmetern Fläche ist eine hochautomatisierte Fertigungsline entstanden, die technisch, ergonomisch und architektonisch neue Maßstäbe setzt. Künftig werden hier zirka 300 großformatige Geräte pro Tag hergestellt. Die Erkenntnisse, die bei der Konzeption der Pilotlinie gewonnen wurden, sollen sukzessive auch in andere Produktionsbereiche übernommen werden.



Das Band der neuen Fertigung lässt sich auf zwei Seiten öffnen, so dass das Panel bequem und ergonomisch sinnvoll von zwei Mitarbeitern parallel montiert werden kann. Die Bahn ist höhenverstellbar und verfügt über manuell steuerbare Hebezeuge, die das gesamte Gewicht der TV-Geräte aufnehmen.

„Diese Investition ist ein Mutmacher“, mit diesen Worten gab Bayerns Wirtschaftsminister Martin Zeil den Startschuss für eine neue, moderne Fertigungsline der Loewe AG in Kronach. Loewe Vorstandsvorsitzender Frieder C. Löhner erklärt dem Minister die Besonderheiten der neuen Produktionsstraße.

Um besonders die großformatigen Displays besser bearbeiten zu können, lässt sich das Band auf zwei Seiten öffnen, so dass das Panel bequem und ergonomisch von zwei Mitarbeitern parallel montiert werden kann. Darüber hinaus ist die Bahn höhenverstellbar und verfügt über Hebezeuge, sogenannte „Manipulatoren“, die per Hand steuerbar sind und das gesamte Gewicht der TV-Geräte aufnehmen. RFID-Codierungen an den neuen Paletten sorgen für eine automatische Erkennung. In-

dividuelle Charakteristika, die der Kunde auf seiner Wunschliste angegeben hat, können so von der Linie automatisch eingelesen und umgesetzt werden. Und auch architektonisch wird die Produktionsstrecke dem Premiumanspruch der Marke Loewe gerecht. Die Anmutung ist innen wie außen modern, klar und hochwertig. Die Halle verfügt über großflächige Fenster, die im Innern viel Licht spenden, aber auch den freien Blick nach außen zulassen. Die moderne Aluminiumfassade,

die bereits das direkt daneben liegende Logistikzentrum kennzeichnet, wurde fortgesetzt. „Diese Gestaltung ist nicht nur markenadäquat. Sie ist zudem Zeichen unseres Selbstverständnisses“, freut sich Gerhard Schaas. „Das Lebensgefühl ‚Loewe‘ spiegelt sich vor allem in unseren Produkten, aber auch in unserer technischen und architektonischen Infrastruktur wider und strahlt auf unsere Mitarbeiter, Kunden und Besucher ab.“

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

### Bestes Ergebnis der Firmengeschichte im Jahr 2008

In 2008 hat Loewe seinen markenadäquaten Auftritt im qualifizierten Fachhandel im In- und Ausland systematisch ausgebaut und das Sortiment im Bereich Heimvernetzung weiter profiliert. „Damit haben wir unsere führende Position im Markt weiter gestärkt“, so Vorstandsvorsitzender Frieder C. Löhner. „Loewe hat das beste Ergebnis seiner Firmengeschichte erzielt. Damit hat sich unsere konsequente Konzentration auf den europäischen Premiummarkt der Unterhaltungselektronik ausgezahlt.“ Aufgrund der sehr positiven wirtschaftlichen Entwicklung wird der Vorstand der Hauptversammlung im Mai die Zahlung einer Dividende von 0,50 Euro je Aktie vorschlagen.



Frieder C. Löhner: „Wir sind hochsensibilisiert, um bei veränderten Rahmenbedingungen des Marktes flexibel und proaktiv zu handeln.“

### Umsatz über Vorjahresniveau

Der Loewe Konzern konnte im abgelaufenen Geschäftsjahr (1.1. bis 31.12.2008) das Ergebnis vor Zinsen und Steuern um 35 Prozent auf 28,5 Millionen Euro steigern. Der Umsatz lag im gleichen Zeitraum mit 374 Millionen Euro leicht über dem Niveau des Vorjahres. Dabei verur-

sachte die Fußball-Europameisterschaft eine Sonderkonjunktur im ersten Halbjahr 2008. Die hohe Ergebnisverbesserung ist im wesentlichen auf die wertorientierte Vermarktung, den weiter verbesserten Produktmix und niedrigere, auch durch die US-Dollarschwäche günstigere Beschaffungskosten zurückzuführen. „Dabei können die Anforderungen, die Loewe an die Preisstabilität stellt, zu Lasten des Umsatz- und Marktanteilswachstums gehen. Marge geht vor Umsatz“, betonte Löhner.

### Handel agiert vorsichtig

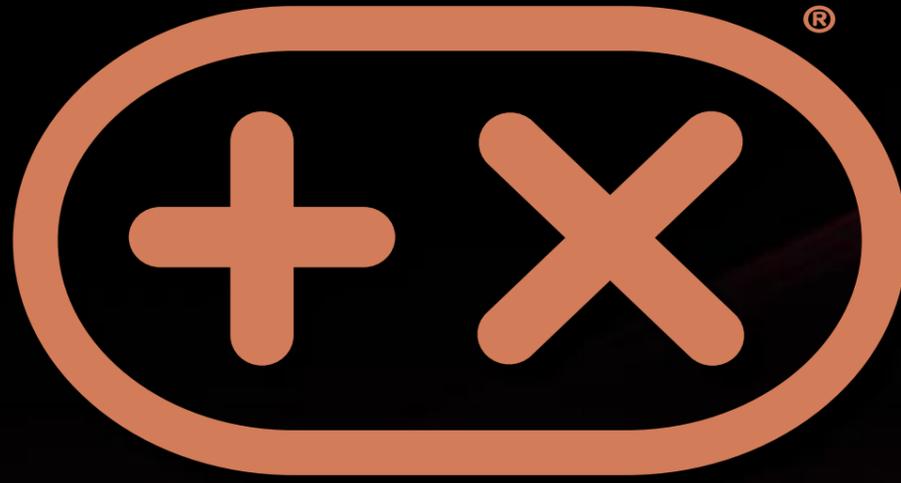
„Durch die schwierigen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen stellen wir bei einem großen Teil der Händler in Deutschland ein verändertes Verhalten hinsichtlich der Disposition von Fernsehgeräten fest. So wurden nach dem sehr erfolgreichen Weihnachtsgeschäft im Dezember 2008 im Januar und Februar 2009 die Bestände im Handel deutlich reduziert“, resümiert Frieder C. Löhner. „Aus diesem Grund ist auch Loewe verhalten in das Geschäftsjahr 2009 gestartet. Allerdings sehen wir Indikationen, dass sich aufgrund niedri-

ger Lagerbestände das Orderverhalten des Handels Anfang März wieder normalisiert.“ Auf Basis Umsatz liegt Loewe im ersten Quartal 2009 wie erwartet deutlich unter dem hohen Niveau des Vorjahres, das von den positiven Impulsen der Fußball-Europameisterschaft und Erstbestückungseffekten begünstigt war. „Durch das niedrigere Umsatzniveau werden wir im ersten Quartal 2009 auch beim EBIT den sehr hohen Wert des Vorjahres deutlich unterschreiten. Dies ist in unseren Planungen zur Saisonale so vorgesehen. Auf Jahresbasis erwarten wir das größere Wachstum – unterstützt durch das Weihnachtsgeschäft – im zweiten Halbjahr 2009“, so Löhner weiter.

„Das Interesse an Unterhaltungselektronik ist nach wie vor groß“, so Frieder C. Löhner. „Aber wir sind hochsensibilisiert, um bei veränderten Rahmenbedingungen des Marktes flexibel und proaktiv zu handeln. Die ersten Monate 2009 zeigen uns, dass wir in diesem Jahr mit einer schwächeren Marktentwicklung rechnen müssen als im Vorjahr.“ Loewe achtet auf Kostendisziplin und investiert gezielt in strategisch wichtige Bereiche. Dazu gehören vor allem eine erneute Produktoffensive im High-End-Bereich, eine Markenoffensive in Partnerschaft mit dem qualifizierten Fachhandel und die engagierte Fortsetzung der Internationalisierung.

TV  
SPIELFILM

präsentiert den



PLUS X AWARD®







Eine hochkarätig besetzte Podiumsdiskussion bildete den Auftakt des attraktiven Vortrags-, Seminar- und Workshopprogramms der diesjährigen Car+Sound. Es diskutierten (v. l.) Thomas Kusche (Westdeutscher Rundfunk), Alexander Christiani (Christiani Consulting), Oliver Römerscheidt (GfK), Alex Klett (EMMA Academy), Dr. Gerhard Pitz (Blaupunkt), Renato Rivic (X-dream car) und Moderator Dirk Waasen (Weka-Verlag)

# Car+Sound öffnete erstmals in Köln ihre Pforten

## Attraktives Konzept

Ob die nackten Zahlen und Fakten des Veranstalters Messe Sinsheim den Umzug der internationalen Leitmesse Car+Sound von Sinsheim nach Köln bestätigt haben, kann an dieser Stelle noch nicht gesagt werden, da der Redaktionsschluss dieser Ausgabe bereits auf den zweiten Messtag fiel. Von Beginn an war jedenfalls klar, dass sich das neue Konzept bewährt hat. Anders als in den Vorjahren präsentierte die 16. Auflage der Messe auf der rund 33.000 Quadratmeter großen Ausstellungsfläche nämlich nicht nur Neues rund um Car-Multimedia und Navigation, sondern auch ein attraktives Vortrags-, Seminar- und Workshop-Programm.

Man habe sich nach 15 Jahren in Sinsheim entschlossen, den Standort und die öffentliche Wahrnehmung der Messe zu hinterfragen und sei zu dem Schluss gekommen, dass die logistischen und die Marketingmöglichkeiten am Messe- und Medienstandort

Car+Sound zu unterstreichen“, betonte Wittur. Mit einer Auslandsbeteiligung von rund 25 Prozent und einer hohen Orderquote habe sich die internationale Leitmesse über 15 Jahre einen festen Platz im Terminkalender der Besucher erobert.

Diesen muss sich die Messe allerdings bei den Ausstellern offensichtlich noch einmal neu verdienen, denn im Vergleich zum Vorjahr zeigte die Liste der Aussteller deutliche Lücken; die allerdings nicht ausschließlich auf den Umzug zurückzuführen sein dürften, sondern auch darauf, dass einige große Player in den vergan-



Blaupunkt gehörte ebenso zu den Ausstellern ...

Köln dem geänderten Konzept eher entsprechen, führte Andreas Wittur, Prokurist der Messengesellschaft Sinsheim, im Rahmen der Eröffnungs-Pressekonferenz aus. „Im kaufkraftstärksten Einzugsgebiet Europas sind vor allem die beiden Publikumstage, die sich an die beiden Fachtage zu Messebeginn anschließen, dazu geeignet, den Anspruch der



... wie Becker.

genen Monaten aus dem Bereich Car-Entertainment ausgestiegen sind.

Auf den Ständen und im Nebenprogramm herrschte Optimismus. Zwar leidet auch Car-Multimedia unter rückläufigen Marktzahlen bei Wert und Stück (so betrug beispielsweise der Durchschnittspreis eines mobilen Navigationsgerätes im Februar 2009 173 Euro

und damit rund 19 Prozent weniger als im Vorjahr), aber stetige Neuentwicklungen bei Software, Konnektivität und Medienintegration, da waren sich die Experten einig, werden der



Auf den Ständen der Aussteller wurde wieder reichlich Interessantes für Auge und Ohr geboten.



Branche auch in den kommenden Jahren noch attraktive Umsätze bringen. Allerdings müsse der Handel lernen, die vorhandene Technik besser zu verkaufen – nicht nur durch Marketing, sondern auch durch kompetente Beratung und professionelle Arbeit. [www.carandsound.com](http://www.carandsound.com)

### Rückspiegellösung mit Garmin nüvi

Garmin und die CarComp GmbH haben gemeinsam eine integrierte Rückspiegellösung mit einem Garmin-Navigationsgerät aus der nüvi-Reihe entwickelt. Der Spiegelotse bietet eine neuartige Navigations- und Freisprecheinrichtung für den Automotive-Bereich. Das Garmin nüvi ist separat in den linken Teil des CCMirrorNAVI eingebaut, so dass die Navigations- und Freisprechfunktionen auf Augenhöhe zu nutzen sind. Das



CCMirrorNAVI ist mit einer Diebstahlsicherung versehen, da das mobile Navigationsgerät versicherungstechnisch wie ein Festeinbau behandelt wird. Das CCMirrorNAVI bietet einen 3,5-Zoll-Touchscreen und ist wahlweise mit Kartenmaterial der DACH-Region oder von Europa erhältlich. Weiterhin ist das Navigationsgerät mit TMC, Diebstahlschutz für Gerät und SD-Karte ausgestattet. Dank optionaler separater Bluetooth-Anlage kann der Spiegel auch als Freisprechanlage genutzt werden. Der Spiegel-Einbausatz steht dem Fach- und Autohandel ab Ende April zur Verfügung. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung lautet 299 Euro. In diesem Preis enthalten ist neben der kompletten Rückspiegel-Lösung mit integriertem Garmin-Navigationssystem auch der komplette Einbausatz. [www.garmin.de](http://www.garmin.de)

### Beckers neue Gerätegeneration

Becker, eine Marke der Harman/Becker Automotive Systems GmbH, hat auf der Car+Sound drei mobile Navigationsgeräte der neuen Generation vorgestellt. Präsentiert werden die Modelle Z203 und Z204 in der Mittel- bzw. gehobenen Mittelklasse und das Traffic Assist Z205, das die Topklasse im neuen Produktportfolio markiert. Eine bahnbrechende Neuheit bringen das Z204 und Z205 mit der Funktion „Becker OneShot



Sprachsteuerung“, die es ermöglicht, die Zieleingabe in einem Satz zu sprechen. Weitere Neuheit bei allen drei Geräten ist die optimierte Stauumfahrung durch Navteq Traffic Patterns. Damit werden typische Staustrassen bereits bei der Routenberechnung berücksichtigt und zeitnah eine Alternativ-Route vorgeschlagen. Zudem nutzen alle Geräte TMC, das Becker Traffic Assist Z 205 das genauere TMC Pro. Davon abgesehen sorgen Funktionen wie 3D-Landmarks, 3D-City-Models, 3D-Terrain-View, Split-Screen und Lane-Info für bessere Übersicht und Orientierung. Die neue Becker Generation mobiler Navigationssysteme ist seit Mai zu erwerben. Die Preise liegen bei 280 Euro für das Becker Traffic Assist Z203, 300 Euro für das Becker Traffic Assist Z204 und 330 Euro für das Topklasse-Modell Traffic Assist Z205 (alle Preise sind unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen). [www.mybecker.com](http://www.mybecker.com)

# E-Plus Händler können flexibler handeln Mehr Argumente für den PoS

**E-Plus erleichtert seinen Händlern das Argumentieren am PoS. Im Mittelpunkt der Tarifoptimierungen stehen der Treue- und der Bring-mit-Vorteil. Angepasst wurden auch die zubuchbaren Optionen. Neu ist hier, dass jetzt auch Bestandskunden unabhängig von einer anstehenden Vertragsverlängerung angesprochen werden können. Und mit einem neuen Rabattmodell unter dem Motto „Promotion nach Bedarf“ erhalten E-Plus-Händler die Chance, flexibler auf individuelle Zugabenwünsche ihrer Kunden reagieren zu können. „Mit den Weiterentwicklungen haben die Händler nicht nur die Möglichkeit, neue Zielgruppen zu erreichen und mehr Erträge zu erwirtschaften, sondern sie brauchen auch keinen Kunden mehr unverrichteterdinge gehen zu lassen, weil sie dessen Rabattwünsche nicht nachkommen können“, erklärte Bernd Knisch, Department Manager Sales Marketing bei E-Plus.**

Bislang seien Base- und E-Plus-Händler, die ihren Kunden einen Rabatt einräumen oder Zugaben gewähren wollten, immer auf tagesaktuelle Angebote angewiesen gewesen. „Lief die Aktion beispielsweise am Montag aus und kam der Kunde am Dienstag, hatte der Händler nur insoweit Bewegungsspielraum, als er dem Kunden den gewünschten Vorteil über seine eigene Marge finanzierte“, erläuterte Knisch. „Im Paket Promotion nach Bedarf findet der Händler jetzt drei Gutscheine über 25 Euro, 30 Euro und 50 Euro, auf die er, wann immer er will, zurückgreifen kann.“ Bei den Gutscheinen handelt es sich um eine Negativprämie, sie werden also jeweils mit 15 Euro,

20 Euro und 30 Euro der Provision belastet. Zur Einführung dieses Promotion-Pakets im März und April zahlte E-Plus zudem jeweils einen „Kennenlernbonus“ von zehn Euro mehr Marge pro Vertragsabschluss, so dass der Händler für die Gutscheine kaum eigenes Geld investieren musste (dieser Kennenlernbonus wird im Mai aller Voraussicht nach weiter gezahlt, eine endgültige Entscheidung darüber stand bei Redaktionsschluss dieser Ausgabe aber noch aus). „Die Gutscheine kann der Händler bei Bedarf sofort im System freischalten“, so Knisch. „Dadurch kann er beim Verkaufsgespräch wesentlich flexibler agieren



Bei E-Plus haben die Händler jetzt noch mehr Möglichkeiten, im Beratungsgespräch am PoS auf die individuellen Wünsche der Kunden einzugehen.

als bisher und läuft nicht so leicht Gefahr, einen Kunden ohne Vertragsabschluss aus dem Laden laufen zu lassen.“

## Treue-Vorteil

Als Element zur Neukundengewinnung und zur Kundenbindung bieten Base und E-Plus den Treue-Vorteil. Er belohnt die Tariftreue der Kunden, die in den neuen Sprach- und Datentarifen nicht

Knisch. Ab dem Zeitpunkt der Verlängerung gelte automatisch wieder 24 Monate lang die reduzierte Grundgebühr.“ Auch Bestandskunden, die in einen der neuen Base- oder E-Plus-Tarife wechseln, zahlen ebenfalls 24 Monate lang die reduzierte Grundgebühr.

## Bring-mit-Vorteil

Mit dem Bring-mit-Vorteil profitieren Neukunden und der von ihnen geworbene Bring-mit-Partner von Vergünstigungen in den neuen Sprachtarifen. Ab Vertragsabschluss haben Neukunden 30 Tage Zeit, um einen Bring-mit-Partner von Base oder der Zehnsation zu überzeugen.

In der Praxis stellt sich der Bring-mit-Vorteil zum Beispiel so dar: Wer viele Base Freunde hat, kann im Tarif Base 2 Classic per Flatrate unbegrenzt im Base- und E-Plus-Netz sowie im deutschen Festnetz ohne Zusatzkosten telefonieren. Die Grundgebühr für diesen Tarif beträgt 15 Euro pro Monat im ersten Vertragsjahr, danach 20 Euro monatlich. Entscheiden sich allerdings zwei Kunden für Base 2 Classic, liegt die monatliche Grundgebühr für beide bei nur zehn Euro im ersten Vertragsjahr, anschließend bei 15 Euro monatlich. Wer später seinen Vertrag verlängert, profitiert weitere 24 Monate von der günstigen Grundgebühr des ersten Jahres. Bei Base können Werber und Geworbener frei zwischen Base 2 Classic, Base 2 Plus und Base 5 wählen. Und auch Bestandskunden können den Bring-mit-Vorteil nutzen, wenn sie in einen der neuen Sprachtarife bei Base oder

E-Plus wechseln. Einer der beiden Partner muss dann allerdings Base- oder E-Plus-Neukunde sein.

## Optionen

Auch durch den Verkauf zusätzlicher Optionen lässt sich Mehrertrag erwirtschaften. Den Händlern der E-Plus-Gruppe stehen dazu knapp zehn Varianten bereit. Eine davon ist die Handy Internet Top3-Flat. Sie ermöglicht es Base und E-Plus Kunden, drei Top-Sei-



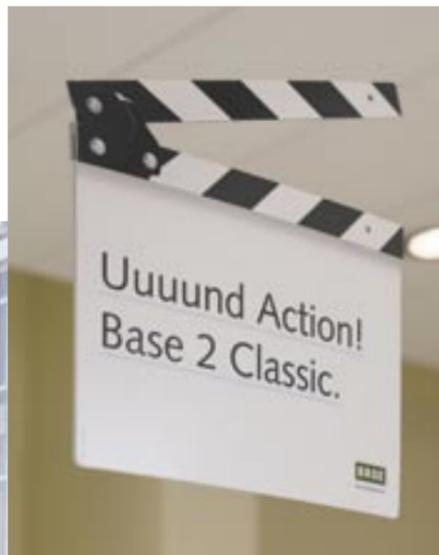
Bernd Knisch

ten des WAP-basierten Internets unbegrenzt zu nutzen – zum monatlichen Fixpreis von einem Euro pro Monat. Die Mindestlaufzeit dieser Option ist sechs Monate. Dennoch zahlt E-Plus eine Marge von fünf Euro. Hohe Erträge lassen sich ebenfalls mit der Handy Internet-Flat, Beispiel zwei, erzielen. Sie bietet die volle Kostenkontrolle für alle Normal- und Vielnutzer des mobilen Internets. „Die neuen Optionen sind bislang hervorragend angenommen worden“, stellte Knisch fest. „Und jeder Händler, der morgen auch noch am Markt sein will, tut gut daran, diese Angebote als festen Bestandteil in jedes Verkaufsgespräch zu integrieren.“

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



Vor allem Base-Kunden sind empfänglich für den neuen Bring-mit-Vorteil. Auffällige Dekoelemente ziehen im Geschäft die Aufmerksamkeit der Kunden an.



nur automatisch von reduzierten Grundgebühren im ersten Vertragsjahr profitieren, sondern sich diese günstigen Konditionen sogar dauerhaft sichern können: Wird der Vertrag nach dem ersten Vertragsjahr um 24 Monate verlängert, bleibt die reduzierte Grundgebühr für diesen Zeitraum bestehen. Wird der Vertrag nicht verlängert, gilt ab dem 13. Vertragsmonat zunächst die reguläre Grundgebühr.

„Dennoch können die Kunden jederzeit zu den Konditionen des ersten Vertragsjahres zurückkehren, denn eine Vertragsverlängerung ist immer möglich“, betonte

TK



Die CEOs von Vodafone Deutschland und Vodafone Group, Friedrich Joussen (l.) und Vittorio Colao, beschließen ein globales Kompetenzzentrum in Deutschland.

### Neue Konzerneinheit „Video und Connected Home“ von Vodafone arbeitet vom Standort Eschborn aus

Vodafone Deutschland wird das Kompetenzzentrum der Vodafone-Gruppe für den Aufbau der weltweiten IPTV-, Video- und Home-Entertainment-Aktivitäten. Ebenso sollen intelligente Lösungen für Lebenswelten der Zukunft entwickelt werden, zum Beispiel in Häusern und Wohnungen. Damit entsteht in Deutschland neben dem Test- und Innovationscenter in Düsseldorf eine weitere strategische Konzerneinheit für den Gesamtkonzern. Vodafone Group CEO Vittorio Colao und Vodafone Deutschland-Chef Friedrich Joussen gaben am Firmensitz Düsseldorf bekannt, dass die neue globale Einheit „Video und Connected Home“ vom Standort Eschborn aus geführt wird. Mit der Entscheidung für den Standort Eschborn

hält Vodafone seine Zusage ein, dass die hessische Taunus-Stadt nach der Übernahme der dort ansässigen Arcor AG ein wichtiger Standort für den Konzern bleibt. „Wir sind mit dem Ziel angetreten, der beste integrierte Telekommunikationskonzern zu werden, in dem wir die Stärken von Vodafone und Arcor bündeln. Die Ansiedlung des globalen Kompetenzzentrums für IPTV, Video und Connected Home zeigt das Vertrauen der Vodafone-Gruppe in die Innovationskraft der Teams in Deutschland“, erklärte Joussen. Deutschland ist als größte Gesellschaft innerhalb des weltweiten Vodafone-Konzerns zunächst Pilotland. Aus Deutschland heraus werden die Produkte und Dienstleistungen

für IPTV und das „vernetzte Zuhause“ dann für die Vodafone Gruppe weltweit entwickelt und vermarktet. In der Innovationseinheit in Eschborn werden hochspezialisierte Experten aus mehreren Nationen arbeiten. Ein kleineres Team wird seinen Sitz in London haben. Geleitet wird die gesamte Einheit von Diego Massidda, der seit 2007 für Vodafone als Direktor Breitband und Online tätig ist. [www.vodafone.de](http://www.vodafone.de)

### Neue Versatel Homepage zeigt sich für den Kunden transparent und einfach

Versatel hat den neuen Onlineauftritt freigeschaltet. Wichtigste Veränderung gegenüber der vorigen Version: Im Rahmen des verstärkten Servicefokus im Privatkundengeschäft wurden insbesondere die Produktdarstellung, die Benutzerführung sowie der Bestellprozess transparenter und einfacher gestaltet. Darüber hinaus wurden die Kommunikations- und Administrationsmöglichkeiten für Kunden erweitert.

Auf der neugestalteten Homepage werden die Produkte und Dienstleistungen übersichtlicher dargestellt als zuvor. So sind die einzelnen Elemente des Baukasten-Systems klarer ersichtlich und damit eindeutiger kombinierbar. Kunden können somit die Produkte nach ihren individuellen Anforderungen gestalten und bezahlen nur für die ausgewählten Module. Um die individuelle Konfiguration für den Kunden zu vereinfachen, wurde neben der besseren Darstellung auch der Prozess der Produktzusammensetzung und -bestellung von bis zu neun Schritten auf zwei Schritte verkürzt. Durch automatisierte Unterstützung wird die Dateneingabe für den Kunden zukünftig signifikant erleichtert. Außerdem wird die Bestellung wesentlich übersichtlicher und transparenter dargestellt. Änderungen in der Produktkonfiguration können jetzt außerdem auch während der Bestellung realisiert werden. [www.versatel.de](http://www.versatel.de)

### Christoph Vilanek neuer Vorstandsvorsitzender der freenet AG

Der Aufsichtsrat der freenet AG hat den 41jährigen Christoph Vilanek zum neuen Vorstandsvorsitzenden bestellt. Vilanek war als Mitglied des Strategie-Teams für die Zusammenführung der freenet AG und der debitel Group einer der Architekten der neuen Ausrichtung des Unternehmens hinsichtlich Marke, Positionierung und Standortkonsolidierung. Er soll das Amt am 1. Mai übernehmen. Vilanek verantwortete zuletzt bei der debitel AG in Stuttgart zahlreiche Funktionen bei der Kundenkommunikation, -entwicklung, -betreuung und -bindung. Sein wesentlicher Erfolg war die substanzielle Senkung der Kündigungsquoten bei gleichzeitiger Reduzierung der Kosten für die Kundenbindung. Der studierte Betriebswirt startete seine berufliche Laufbahn 1991 bei der Time-Life

### mobilcom-debitel startet neue Werbekampagne

Markenaufbau und Vertriebsunterstützung der neu geschaffenen Marke mobilcom-debitel stehen im Mittelpunkt der neuen Werbekampagne, die die freenet AG im Mai starten wird. Die Kampagne soll den Verbrauchern die neue Marke in TV, Kino, Radio, Print und Online näherbringen. Für freenet ist die neue Kampagne die bislang längste und umfangreichste Werbe- und PR-Aktivität.

In der neuen Kampagne positioniert sich die freenet Group mit ihrer Marke mobilcom-debitel als unabhängiger Telekommunikationsberater und grenzt sich so noch stärker von den Netzbetreibern ab. mobilcom-debitel steht dabei für eine große Auswahl, alle Netze, alle Handys, alle Tarife, alles unter einem Dach. Genauso wie für günstige Preise, unabhängige Beratung und Kundennähe. Diese Philosophie soll sich nach den Angaben des Unternehmens auch im Kampagnenmotto wiederfinden. Der Slogan „Wie schlau ist das denn?“ soll dem Verbraucher auf charmante Weise verdeutlichen, dass One-stop-Shopping bei mobilcom-debitel immer zum besten Angebot führt. Denn nur wer unabhängig ist, kann auch unabhängig beraten. „Die fast bundesweite Flächenabdeckung der Shops, die intelligente Bündelung der Marketingmaßnahmen und die gleichzeitige Erhöhung des Werbedrucks werden der Marke in diesem Jahr zu deutlich höherer Aufmerksamkeit beim Kunden verhelfen“, so Eric Berger, Vorstand der freenet AG.

Mit einer neuen TV-Kampagne wird die Marke mobilcom-debitel von Mai bis Oktober jede Woche auf allen reichweitenstarken TV-Kanälen präsent sein – ARD, SAT1, PRO7, RTL, Kabel1, DSF, RTL2, N24, VOX und PREMIERE. Dazu wird der Spot ab Juli bundesweit auch in den Kinos zu sehen sein. Der Spot selbst ist eine Hommage an das klassische Krimigenre der 70er Jahre. Zwei Privatdetektive, Mo und Bill, begeben sich ganz im Sinne des Kunden auf die Suche nach den besten Angeboten und werden bei mobilcom-debitel fündig. „Wir wollten weg von der glatten Verkaufsoptik hin zu einem glaubwürdigen und witzigen Setup. Mo und Bill übernehmen die Suche nach dem richtigen Produkt, und der Kunde kann sich auf die Empfehlung der beiden immer verlassen“, so Markus Hüßmann, Bereichsleiter Marketing der freenet AG. Im Team der freenet Group maßgeblich für die neue Kampagne verantwortlich zeichnen Christian Leinfelder, Leiter Brand Advertising and Corporate Communications, und Martin Beike, Leiter Brand Advertising and Strategy. Außer TV und Kino ist auch eine Plakat- und City-Light-Kampagne in den Ballungsräumen geplant. Dabei werden klassisch die Top-Angebote kommuniziert und eine klare Verbindung zu den Vertriebspartnern hergestellt. Auch in bundesweit erscheinenden Publikumszeitschriften und Top-Titeln wie Focus, Stern, Bild, TV Today und verschiedenen Fachzeitschriften wird mobilcom-debitel ab Mai stattfinden. Hinzu kommen Buchungen bei regionalen Radiosendern und Online-Werbemaßnahmen auf großen Portalen und viel besuchten Websites. Abgerundet wird der Marketing-Mix durch Kooperationen mit Hardwareherstellern und Medienpartnern. [www.freenet.ag](http://www.freenet.ag)

International und blieb dann zehn Jahre im Versandhandel tätig. Im Anschluss wechselte Vilanek in die Beratung zu McKinsey, und war dort im Telekommunikationsbereich in Deutschland und Osteuropa tätig. [www.freenet.ag](http://www.freenet.ag)

### Herweck richtet auf der Homepage ein neues Reklamationstool ein

Herweck hat auf seiner Homepage [www.herweck.de](http://www.herweck.de) ein Reklamationstool eingerichtet, mit dem der Fachhandelspartner alle anfallenden Reklamationen erfassen kann. Die Provisionsreklamationen werden innerhalb von zwei Arbeitstagen bearbeitet werden, falls Herweck diese selbst verschuldet hat oder die Beschwerden aufgrund der vorliegenden Daten gerechtfertigt sind. Je nach Reklamationstyp leitet der Kirekeler Distributor die Reklamationen an den betreffenden Netzbetreiber weiter. Die Erledigung erfolgt dann sofort, nachdem der Carrier seine Stellungnahme abgegeben hat. „Wir versprechen uns davon, Provisionsreklamationen der Fachhändler schneller und transparenter bearbei-

ten zu können“, erklärte Vorstandsmitglied Dieter Philippi. Nach dem erfolgreichen Login auf der Herweck-Homepage erreichen die Händler über die Navigationsleiste das „Dienstleistungszentrum“. Unter dem Menüpunkt „Reklamationen“ finden diese die Eingabemasken für die Netzbetreiber. [www.herweck.de](http://www.herweck.de)

### Herweck erweitert sein Prepaid-Portfolio um das Produkt Ortel Mobile

Herweck bietet seinen ITK-Fachhandelspartnern jetzt auch die Ortel Mobile Prepaid Karte an. Mit Ortel Mobile können Anrufe kostengünstig in jedes Land der Welt durchgeführt werden. Die Karte ist deshalb bei Mitbürgern mit Migrationshintergrund sehr beliebt. Die unverbindliche Preisempfehlung für die SIM-Karte beträgt 9,95 Euro. Sie wird mit 7,50 Euro Startguthaben ausgeliefert. Der Fachhändler erhält über Herweck eine Provision. Der Käufer der Karte registriert die Karte selbst telefonisch oder über das Internet. Fragen zu Ortel Mobile beantwortet das Herweck Team unter 06849-9009-110 oder -112. [www.herweck.de](http://www.herweck.de)

### ContentCard bietet jetzt auch Handy-Wörterbücher

Der Langenscheidt Verlag bietet die vier Standard-Wörterbücher Englisch, Französisch, Italienisch und Spanisch für Handys jetzt erstmalig über ContentCard an. Für 34,90 Euro inklusive Mehrwertsteuer erwirbt der Endkunde pro ContentCard genau eine Lizenz, die er wahlweise für eines der vier Standard-Wörterbücher verwenden kann. Mit 350.000 Stichwörtern, Wendungen und Übersetzungen sowie einer komfortablen Volltextsuche steht das Handy-Wörterbuch seinem Pendant in Papierform in nichts nach. Hat sich der Endkunde für eine Sprache entschieden, so ist die verwendete Lizenz genau an diese Applikation und die IMEI-Nummer (15stellige eindeutige Seriennummer) des Handys gebunden, auf dem die Lizenz erstmalig aktiviert wurde.

Der Download der Langenscheidt-Wörterbücher erfolgt wahlweise über den PC oder direkt auf das Handy. Wenn der Endkunde über keinen Internet-Datentarif für sein Handy verfügt, kann er die Langenscheidt-Software auch kostenfrei über WLAN auf sein Endgerät herunterladen. Das kann beispielsweise auch direkt im Shop über ein freies WLAN-Netz des Fachhändlers erfolgen.

Mit der Möglichkeit der Installation über WLAN kann der Fachhändler den Endkunden direkt im Shop bei der Installation unterstützen und damit seine Beratungs- und Servicekompetenz erhöhen. Auf diese Weise ist erstmalig eine einfache, schnelle und mobile Installation im Handel möglich. Der Download und die Installation der Langenscheidt-Software über WLAN sind in einer Minute abgeschlossen: Der Endkunde öffnet das WLAN-Netz im Shop und startet die Internetseite [www.nkld.de](http://www.nkld.de). Der Download der Software über das Handy startet automatisch. Anschließend muss der Endkunde nur noch die Installation bestätigen und die Lizenz eingeben.

Die Lizenz befindet sich in Form eines 16stelligen, numerischen Codes auf der Innenseite der in Folie verschweißten ContentCard. ContentCard ist eine postkartengroße Lizenzkarte, die auch Nokia bereits seit 2007 einsetzt, um Navigationslizenzen im stationären Handel zu verkaufen. Der Hauptvorteil der ContentCard besteht darin, dass der Endkunde Dienste und digitale Produkte nicht mehr ausschließlich über das Internet und damit per Kreditkarte bezahlen muss. Stattdessen ermöglicht die ContentCard den Bareinkauf inklusive aller Beratungs- und Serviceleistungen des Fachhandels. [www.contentcard.com](http://www.contentcard.com)



Dank seines robusten Gehäuses eignet sich das neue Gigaset E490 hervorragend für die Arbeit in rauer, feuchter oder schmutziger Umgebung.

# Neue Gigaset Telefonsysteme

## Wenn's mal etwas robuster zugeht

Heimwerker, Gartenliebhaber, Freizeitschrauber, Handwerker, Familien mit (kleinen) Kindern – nur eine kleine Auswahl der potentiellen Käufer, die sich für das neue Siemens Gigaset E490/E495 interessieren könnten. Die bereits vor einigen Wochen vorgestellte DECT-Neuheit ist nämlich gegen Staub, Stöße und Spritzwasser geschützt und eignet sich deshalb vor allem für Umgebungen und Situationen, in denen es mal etwas robuster zugehen kann.

Ganz neu an die Spitze des Portfolios hat Gigaset jetzt das Modell SL780/SL785 mit Quick-Sync 4.0-Software gesetzt. Beide Modelle (wie beim E490/E495 besteht der Unterschied jeweils im integrierten Anrufbeantworter) ermöglichen es mit der neuen Software, digitale Bilder in vielen gängigen Formaten zu überspielen und auf dem Telefon als Diashow, Bildschirmschoner oder in Verbindung mit dem Adressbuch (Picture CLIP) zu nutzen.

Ebenso einfach gestaltet sich beim Gigaset SL780/785 das Zuschneiden und Übertragen von individuellen Klingeltönen, beispielsweise im MP3-Format. Mit Hilfe der neuen Softwareversion können jetzt auch einzelne Outlook-Ordner synchronisiert und mehrere Mobilteile parallel verwaltet werden. Neben BMP kann der Nutzer nun auch die Bildformate JPEG und GIF zur Individualisierung seines Gigaset Telefons nutzen. Werden den im Adressbuch gespeicherten Kontakten persönliche Bilder zugeordnet, erscheinen diese auf dem Telefondisplay, sobald derjenige anruft (Picture CLIP). Dazu lassen sich Anrufer oder Anrufergruppen zur visuellen Wiedererkennung sechs unterschiedliche Farben zuordnen: Ruft ein Anrufer aus einer definierten Gruppe an, wird der obere Bereich des Bildschirms in der gewählten Farbe eingefärbt (Color CLIP). Wer möchte, kann mit Gigaset QuickSync 4.0 auch problemlos eine Diaschau am PC erstellen und auf sein Telefon laden. So wird das Display des Mobilteils zum elektronischen Bilderrahmen. Alternativ können die gespeicherten Bilder als Bildschirmschoner genutzt werden. Bei der Übertragung via Bluetooth (Serial Profile) oder USB skaliert die neue Software alle Bilder auf die Größe von 240 x 320 Pixel (Bildschirmschoner) oder 240 x 130 Pixel

(Picture CLIP), um Speicherplatz zu sparen. Auf den freien Speicher (3 MB) passen auf diese Weise etwa 100 Bilder. Auch bei der Auswahl oder der Einrichtung eines persönlichen Klingeltons unterstützt Gigaset QuickSync 4.0 den Nutzer: Elemente aus beliebigen Melodien können als Ruftöne verwendet werden. Die neue QuickSync-Software



verarbeitet sämtliche Musikformate, die sich auf einem PC abspielen lassen und nicht kopiergeschützt sind. Dazu gehören beispielsweise MP3-, Wave- sowie diverse iPod- und Windows-Formate. Am PC wählt der Nutzer zunächst aus, wie viele Sekunden des gewünschten Musikstücks als Klingelton genutzt werden sollen. Die maximale Länge beträgt 60 Sekunden, voreingestellt sind 15 Sekunden. Anschließend werden die Musikschnipsel in das Format G.722 konvertiert und via USB oder Bluetooth in DECT-Wide-

band-Qualität an das Mobilteil übertragen.

Per Outlook-Synchronisation sorgt Gigaset QuickSync 4.0 außerdem dafür, dass die Adressbucheinträge des Telefons stets aktuell sind. Die neue Softwareversion erlaubt nun erstmals, einzelne Adressordner auszuwählen und separat zu synchronisieren. Ferner können mehrere Handteile gleichzeitig verwaltet werden. Auf diese Weise lassen sich beispielsweise private und berufliche Kontakte auf unterschiedlichen Mobilteilen pflegen.

Für die Gigaset SL780 und Gigaset SL785 (mit Anrufbeantworter) steht ein Firmware-Update zum kostenlosen Download unter [www.gigaset.com/de](http://www.gigaset.com/de) bereit. Das Update erfolgt über die USB-Schnittstelle des Telefons. Es beinhaltet auch die Texteingabehilfe T9 in sieben Sprachen (Deutsch, Englisch, Französisch, Holländisch, Schwedisch, Italienisch und Griechisch) zum komfortablen Schreiben von SMS im Festnetz.

### Gigaset E490/E495

Alles andere als zart besaitet zeigen sich die Gigaset Modelle E490 und E495 (mit Anrufbeantworter). Eine rundum laufende Gummieinlage an den Seiten des ergonomisch geformten Mobilteils federt Stöße ab und lässt das Telefon sicher in der Hand liegen. Das neue E-Klasse-Modell ist nach der internationalen IP54-Norm gegen das Eindringen von Schmutzpartikeln und Spritzwasser geschützt.

Mit dem zum Lieferumfang gehörenden Gürtelclip trägt man das Mobilteil des Gigaset E490/E495 bequem bei sich. Dank Vibrationsalarm werden Anrufe auch bemerkt, wenn die Umgebung gerade etwas



lauter ist. Über den 2,5 mm Klinkenstecker ist bei Bedarf ein Kabel-Headset anschließbar. Die Freisprechfunktion in Voll-duplex-Qualität mit regulierbarer Lautstärke ermöglicht zudem freihändiges Telefonieren. Viel Bedienkomfort garantieren auch das sechszeilige Farbdisplay (128 x 128 Pixel, 1,5 Zoll) mit einem übersichtlichen, selbsterklärenden Menü und das große, beleuchtete Tastenfeld. Die Akkukapazität reicht für bis zu 250 Stunden Standby-Betrieb oder

zwölf Stunden Gesprächszeit. Im Telefonbuch des Gigaset E490/E495 finden bis zu 150 Namen und Rufnummern Platz.

Werden den im Rufnummernspeicher hinterlegten Kontakten unterschiedliche Anrufmelodien zugeordnet (VIP-Ruf), verrät bereits das Klingeln, wer am anderen Ende der Leitung ist.

Neben fünf Standardmelodien stehen weitere zehn polyphone Klingeltöne zur Verfügung. Junge Familien können das Mobil-

teil des Gigaset E490/495 auch zur Raumüberwachung als Babyphone einsetzen. Zur Aufzeichnung von Sprachnachrichten bietet das Gigaset E495 einen digitalen Anrufbeantworter mit bis zu 45 Minuten Aufnahmezeit, Fernabfragefunktion und SMS-Benachrichtigung für neu eingegangene Nachrichten.

Die Gigaset-Modelle E490/E495 sind mit modernster ECO-DECT-Technik ausgestattet: Dabei wird der Sendemodus erst bei einem eingehenden oder abgehenden Anruf aktiviert. Im Standby- und Ladezustand ist er vollständig abgeschaltet (ECO Modus Plus). Beim Telefonieren sorgt der ECO-Modus für eine Absenkung der Funkleistung um 80 Prozent. Die Basisstation des Gigaset E490/E495 ist auf bis zu sechs Mobilteile erweiterbar. Diese können auch an einer Gigaset ISDN-Basisstation betrieben werden.



Die gute Handhabung des Gigaset E490/495 wird unter anderem durch das sechszeilige Farbdisplay gewährleistet.

TK



NAVI

### Wireless-N USB-Adapter von Allnet funkt mit maximal 300 MBit/Sek.

Allnet hat einen neuen Wireless-N USB 2.0 Adapter im Programm. Der ALLO233EXT ermöglicht durch die integrierte Wireless-N Technologie eine Funkverbindung mit einer maximalen Übertragungsrate von 300 MBit/Sek. Durch die zwei mitgelieferten externen 2dBI Antennen lassen sich Funkverbindungen über eine deutlich größere Distanz als mit herkömmlichen WLAN-Adaptoren realisieren. Darüber



802.11b und 802.11g kompatibel. Der Allnet ALLO233EXT Wireless-N USB Adapter wird mit zwei austauschbaren Antennen, USB-Anschlusskabel sowie Software CD ausgeliefert und ist ab sofort zu haben. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung lautet 49,95 Euro.

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

### Acht Megapixel und Optik von Schneider-Kreuznach im Fotohandy LG Renoir

Herausragende Kamerafunktionen, überzeugende Multimedia-Anwendungen und vielseitige Features in Kombination mit einem 3-Zoll-Touchscreen verbergen sich nach Angaben des Herstellers im neuen Premium Foto-Handy Renoir von LG. Zur Fotoausstattung gehören die 8-Megapixel-Kamera mit einer von Schneider-Kreuznach zertifizierten Optik, der Xenon-Blitz, Bildstabilisierung, automatischer und manueller Fokus, Gesichts- und Blinzel-Erkennung sowie Smile-Shot – ein Feature, das automatisch die Kamera auslöst, wenn die Person im Fokus lächelt. Auf der beigelegten 8 GB MicroSD-Karte haben reichlich Fotos Platz.



Das 13,95 mm tiefe LG Renoir wurde zudem mit einer optimierten Benutzeroberfläche versehen. Damit führt LG sein multisensorisches Bedienkonzept, das eine verbesserte Lesbarkeit und eine optimale Nutzung

hinaus lässt sich der Allnet Wireless-N Client über ein USB-Verlängerungskabel problemlos von dem zu versorgenden Rechner entfernt aufstellen. Um auch über größere Entfernungen beste Funkergebnisse zu erreichen, können die austauschbaren Antennen durch leistungsfähige Antennen mit R-SMA Anschluss ersetzt werden. Sensible Daten werden über die integrierte WEP-, WPA- oder WPA2-Verschlüsselung zuverlässig gegen unbefugten Zugriff geschützt. Das „Wi-Fi protected setup“ ermöglicht ein einfaches Hinzufügen des Gerätes in ein bereits existierendes Netzwerk. Um einen möglichst vielseitigen Einsatz zu gewährleisten, ist das Gerät auch zu den langsameren Standards

der Touchscreen-Technologie bietet, im neuen Design fort. Ausgestattet mit Dolby Mobile und einer integrierten Suite von Audioverarbeitungs-Technologien sorgt das LG Renoir für klaren und reinen Sound mit satten, kräftigen Bässen. Das GPS-fähige Gerät unterstützt zudem die Handy-Navigations-Software Skobbler. Der Dienst bringt 2D-Karten von ganz Europa mit genauen Navigationsanweisungen aufs Handy. Zusätzlich bietet eine Stichwortsuche die Möglichkeit, Geschäfte oder Restaurants in der Umgebung zu finden. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung für das LG Renoir lautet 429 Euro.

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

### Falk liefert seine Navis ab Mai mit dem neuen Falk Navigator 9.0 aus



Die Geräte der Falk 2nd Edition, M4, M8, F4 und F6, werden ab Mai mit der Software „Falk Navigator 9.0“ ausgeliefert. Die neue Echt-Sicht-Funktion, standardmäßig in den F-Serie-Geräten enthalten und optional für die M-Serie, sollen die Fahrsicherheit erhöhen: An unübersichtlichen Stellen auf Autobahnkreuzen schaltet die Software automatisch in eine realitätsnahe Sicht und erleichtert so das Einordnen in die richtige Spur. Falk Navigator 9.0 bietet auch einen Start-Assistenten, ein komfortabel zu bedienendes Kurz-Menü sowie einen Bordcomputer. Ebenfalls neu ist die Diebstahlsicherung per PIN. Ein „Newest Map“-Angebot für die neue Software stellt sicher, dass sich der Käufer das aktuelle Kartenmaterial bis zu 30 Tage nach dem Kauf ohne Zusatzkosten herunterladen kann. Die lernenden Navigationsgeräte von Falk, die dem Fahrer zu jeder Tageszeit die schlaueste Route vorschlagen, sind mit der neuen Software Falk Navigator 9.0 komfortabler zu bedienen und mit einer Reihe von neuen Funktionen noch hilfreicher für den Fahrer.

[www.falk-i.de](http://www.falk-i.de)

### Nokia verbessert die E-Mail-Funktionen für E- und N-Series-Geräte



Mit der Bereitstellung und Vorinstallation von Nokia Mail for Exchange und Nokia Messaging 1.1 verstärkt das Unternehmen seine Aktivitäten im Bereich mobiler E-Mail-Dienste. Dabei berücksichtigt Nokia sowohl die Ansprüche und Wünsche von Geschäftskunden als auch die von privaten Nutzern. Mit Nokia Messaging können Endkunden auf dem Mobiltelefon empfangen, beantworten, weiterleiten, löschen oder erstellen. Nokia Messaging unterstützt nicht nur alle gängigen E-Maildienste mit POP- oder IMAP-Konten, sondern ermöglicht auch die Verwaltung der jeweiligen Ordner oder eine gemeinsame Ansicht. Neu bei Nokia Messaging 1.1 ist die Ansicht von E-Mails im HTML-Format, die erweiterte Anzahl an verfügbaren Geräten und die Wahl zwischen

### Personal Travel Assistants von Merian scout bieten mehr Funktionen zum günstigeren Preis



Mit neuer Software-Version und aktueller Merian Karte 1/2009 bieten die Personal Travel Assistants Premium Edition und Compact Klasse von Merian scout ab sofort mehr Leistung bei günstigerem Preis. Neben einer optimierten Benutzeroberfläche enthält die neue Software zahlreiche neue und erweiterte Funktionalitäten, wie zum Beispiel Zieleingabe und Umgebungssuche per Klick in die Kartenansicht, einen Fahrspurassistenten und drei unterhaltsame Reise-Spiele für Erwachsene und Kinder. Der Merian scout P\_Navigator ist für eine unverbindliche Verkaufsempfehlung von 399 Euro erhältlich, der Merian scout C\_Navigator für 229 Euro. Merian scout Premium Partner sollen den Merian scout P\_Navigator inklusive eines TravelScout Pakets für 479 Euro anbieten. Das TravelScout Paket beinhaltet neben einem zusätzlichen Akku den zweijährigen Diebstahlschutz Merian Wertgarantie und eine ReiseGuide Flatrate, mit der die Kunden ein Jahr lang per Download alle bereits verfügbaren und neuen Merian scout ReiseGuides für europäische Top-Reiseziele erhalten.

Die Merian scout Reise- und ThemenGuides werden in Kürze auch für Besitzer des iPhone oder iPod touch erlebbar. Die ersten der über 75 Merian scout Applikationen werden im Apple iTunes App Store zum Download zu einem Einführungspreis ab 1,59 Euro bis zu 2,99 Euro angeboten. Für die mobilen Navigationssysteme von TomTom und Garmin sind bereits die ersten fünfzehn der multimedialen Reise- und ThemenGuides im Handel erhältlich (ab 19,99 Euro inkl. MwSt).

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

23 verschiedenen Sprachen. Während der Testphase ist Nokia Messaging 1.1 kostenlos, je nach Tarif können Kosten für die Datenübertragung anfallen. Unterstützte Geräte: E51, E61, E65, E66, E71, E90, E73, E75, E78, E79, N82, N85, N95, N95 8GB, N96.

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

### FEC bietet Access Point für den Aufbau von WLAN Bridges an



Funkwerk Enterprise Communications (FEC) bietet ab sofort den Access Point bintec W1002n zusammen mit speziellen Dual Polarisationsantennen in einer Lösung für den professionellen Aufbau von hochperformanten WLAN Bridges an. Beim Einsatz der bintec W1002n Geräte werden zwei getrennte Datenströme übertragen und somit die Vorteile der neuen IEEE 802.11n Technik optimal genutzt. Verglichen mit der bisherigen Technik wird die Brutto-Durchsatzrate von 54 Mbit/s auf bis zu 300 Mbit/s erhöht. In Kombination mit der neuen Dual Polarisationsantenne ermöglicht der WLAN Access Point im Bridge Modus bei Entfernungen bis einen Kilometer reale Netto-Durchsatzraten von 75 Mbit/s.

[www.funkwerk-ec.com](http://www.funkwerk-ec.com)

### Sony Ericsson stellt neue Walkman- und Fotohandys für Einsteiger vor



Sony Ericsson präsentiert mit dem S312 und dem W205 jeweils ein Walkman- und ein Fotohandy für die Zielgruppe Mobilfunk-Einsteiger. Beide Geräte bieten als günstige Handys neben Telefonie und SMS auch die Basisfunktionen in ihrer jeweiligen Sparte. Das S312 vereint die elementaren

Funktionen eines Fotohandys, wie zum Beispiel eine 2,0-Megapixel-Kamera, Fotolicht, Direkttasten für die Kamera und Photofix-Bildoptimierung. Der Displaybereich in Spiegeloptik sowie die durchgängigen Tastenreihen verleihen dem Handy einen edlen Look. Das Dual-Band EDGE-Handy S312 wird voraussichtlich in den Farben Dawn Blue und Honey Silver im zweiten Quartal erhältlich sein. Der kompakte Slider W205 bietet als Einsteigermodell der Walkman-Serie eine Auswahl an Musikfunktionen



wie Walkman-Player, UKW-Radio und TrackID. Mit mehreren integrierten Telefonbüchern können zudem verschiedene Personen das W205 benutzen und die jeweiligen Kontakte getrennt voneinander speichern. Das Walkman-Handy W205 wird in Ambient Black im dritten Quartal



in Deutschland erhältlich sein. [www.sonyericsson.de](http://www.sonyericsson.de)

### TomTom Work präsentiert erweitertes „Connected Navigation“ für Unternehmen



TomTom Work hat den TomTom GO 7000 sowie TomTom Webfleet Dashboard vorgestellt. Beide Produkte wurden entwickelt, um Unternehmen dabei zu unterstützen, Zeit, Kosten und Kraftstoff zu sparen sowie die gesamte Unternehmensperformance zu verbessern. Das Navigationsgerät TomTom GO 7000 ist HD Traffic ready. Fahrer erhalten so aktuelle Echtzeitinformationen über das Verkehrsgeschehen und gegebenenfalls Meldungen über Verzögerungen bei der Ankunftszeit oder alternative Routenvorschläge. In Kombination mit TomTom IQ Routes berechnet HD Traffic optimale Routen und zuverlässige Ankunftszeiten. Darüber hinaus bietet das Gerät: Live-Services ready, TomTom Map Share Technologie sowie „Text to Speech“ und Spracheingabe. Der TomTom GO 7000 ist Teil der Connected Navigation Lösung TomTom Active.

TomTom Webfleet Dashboard ist ein neues Reporting-Werkzeug innerhalb der Online-Anwendung TomTom Webfleet für das Flottenmanagement. Es ist einfach zu nutzen, visuell intuitiv und stellt wichtige Leistungsindikatoren dar, die für Betrieb und Steuerung einer Nutzfahrzeugflotte wichtig sind. Mit einem einzigen Blick erhält der Anwender sämtliche Analysen und Trends, um hinsichtlich der Flotte, der Abteilungen und der Fahrer schnell Entscheidungen treffen zu können. Daneben können Anwender bis zu 15 „Key Performance Indicators“ (KPIs) festlegen, um Performance und definierte Richtwerte gegenüberzustellen. Der TomTom GO 7000 kommt mit Kartenmaterial für West- und Zentraleuropa (42 Länder) auf den Markt und ist ab sofort zu haben. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet 299 Euro plus Mehrwertsteuer. TomTom Webfleet Dashboard ist ebenfalls ab sofort als Teil von TomTom Webfleet erhältlich.

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

# Arcor startet in Hanau Glasfaser-Pilotprojekt Datenautobahn bis ins Zimmer

**Breitbandanbieter Arcor hat im hessischen Hanau in Zusammenarbeit mit dem Bauträger Bien-Ries AG im Wohnkomplex Coloneo ein Pilotprojekt für Glasfaseranschlüsse bis ins Haus und ins Wohnzimmer gestartet. Die Lichtwellenleiter lassen Übertragungsgeschwindigkeiten von 100 Megabit pro Sekunde und mehr zu und ersetzen die herkömmlichen Kupferkabel. Vor Vertretern der Lokal- und Fachpresse betonte Dr. Josef Schäfer, Bereichsleiter für Strategie und Innovation bei Arcor, zum Start des Piloten, dass es sich um ein in Deutschland einzigartiges Projekt auf einem technischen Stand handle, der erst in zehn bis 15 Jahren zum Standard werden würde.**

„Der durch Arcor realisierte Hochleistungsanschluss auf Glasfaserbasis ermöglicht extrem schnelles Internet in Dimensionen, wie sie mit der heute gängigen Kupfer-DSL-Infrastruktur nicht möglich sind“, erläuterte Schäfer. „Damit eröffnen sich vielfältige zukunftsweisende Telekommunikationsdienste wie Video und TV on Demand, breitbandige P2P-Anwendungen, Onlinespiele oder Cloud-Computing in höchster Qualität und Geschwindigkeit.“

Eine hohe Nachfrage bei den Endkunden sei vor allem durch die zunehmende Verbreitung von selbstproduziertem HD-fähigem Videomaterial zu erwarten. Schäfer: „Da mit Glasfaser auch ein Upload-Tempo von 100 Mbit pro Sekunde möglich wird, lassen sich auch große Datenmengen in kurzer Zeit über das Internet verschicken.“ So benötige der Nutzer beispielsweise für den Datenversand einer kompletten Audio-CD mit 650 MB weniger als eine

Minute, und ein SD-Video mit einer Spieldauer von 90 Minuten könne in weniger als drei Minuten verschickt werden. Außerdem könnten gleichzeitig zehn und mehr HD-Videosignale bearbeitet werden.

## Direkt in der Wohnung

Das Coloneo wird in Hanau als moderner Komplex mit rund 300 Wohneinheiten errichtet. Die Vodafone-Tochter Arcor hat das Areal direkt an das eigene Netz angebunden. In den ersten Gebäuden wurden die Glasfaserleitungen bis in die Kellerräume geführt. An dieser Schnittstelle werden die optischen Signale in elektrische Impulse umgesetzt. Via Ethernet neuester Generation werden anschließend die Wohnungen angebunden. Im letzten Bauabschnitt werden die Lichtwellenleiter sogar direkt bis in die Wohnzimmer geführt werden. Bei beiden Anschlussvarianten sind Datengeschwindigkeiten von 100



Informierten die Vertreter der Lokal- und Fachpresse über das Pilotprojekt: (v. l.) Hanaus Oberbürgermeister Claus Kaminsky, Bauherr Wolfgang Ries, Arcor-Pressesprecher Michael Peter und Dr. Josef Schäfer, Bereichsleiter für Strategie und Innovation bei Arcor.

Megabit pro Sekunde und mehr möglich. Auch der Sprachanschluss wird dabei über die Datenleitung realisiert. Technischer Kooperationspartner beim Pilotversuch ist der chinesische Netzwerkausrüster Huawei.

## Blick in die Zukunft

Schäfer unterstrich, dass es sich bei dem Coloneo-Projekt nicht um einen Test handle, der wieder eingestellt wird, sondern um einen Piloten, mit dem man weit in die Zukunft blicken und wichtige Erkenntnisse für die weitere Strategie erzielen wolle. Aktuell stehe allerdings der Aufbau eines VDSL-Hochgeschwindigkeitsnetzes im Unternehmen im Fokus. Hierbei werde Glasfaser lediglich bis zu hausnahen Verteilern verlegt. Die weitere Anbindung erfolge dann über klassische Kupferleitungen.

„Die Erfahrungen aus dem Pilotprojekt in Hanau sind jedoch für künftige Planungen sehr wertvoll“, unterstrich Schäfer.

## Entscheidungskriterien

Wolfgang Ries, Chef des Bauträgers Bien-Ries AG, betonte, dass Internet- und leistungsstarke Kommunikationsanbindungen für viele Menschen heute ein wichtiges Entscheidungskriterium beim Erwerb moderner Immobilien seien.“ Konkret konnte Ries von einem Coloneo-Neubürger berichten, der als Grafiker und Internetunternehmer arbeitet und die gebotene schnelle Online-Verbindung als einen wichtigen Grund für seine Entscheidung nannte, eine Wohnung auf der ehemaligen Industrie-Brachfläche zu kaufen. Der Oberbürgermeister der Stadt Hanau, Claus Kaminsky, erläuterte beim Pressegespräch die Bedeutung des neuen Baukomplexes für die Stadtentwicklung: „Mit dem Wohnprojekt, den Märkten und auch dem neuen Café wächst am Einfallstor zum Hanauer Norden eine neue Wohnqualität.“ Zudem betonte das Stadtoberhaupt: „Das Pilotprojekt von Arcor passt

hervorragend zu den Zielen der Standortentwicklung unserer Stadt. Für die Informations- und IT-Industrie bietet Hanau beste Voraussetzungen und Entwicklungspotential. Dafür hat die Stadt bereits eine Reihe wichtiger Signale gesetzt und kann erste Erfolge vorweisen.“ Das Coloneo Bauprojekt könne Hanau hervorragend dazu nutzen, sich weiterhin erfolgreich in der Rhein-Main-Region zu positionieren.

## Pakete stehen bereit

Die Hochgeschwindigkeitsanschlüsse von Arcor stehen für die Bewohner des Coloneo ab sofort bereit. Interessenten können dazu über einen ausgewählten Händler das Arcor-All-Inclusive-Paket buchen. Es enthält einen Sprach- und DSL-Anschluss sowie Pauschalen für Standardgespräche ins deutsche Festnetz und das Surfen im Internet. Abweichend vom Standard-Angebot beträgt dabei in der Startphase des Pilottests die Surfgeschwindigkeit beim Datenempfang bis zu 50 Megabit pro Sekunde und beim Datenversand bis zu zehn Megabit pro Sekunde.

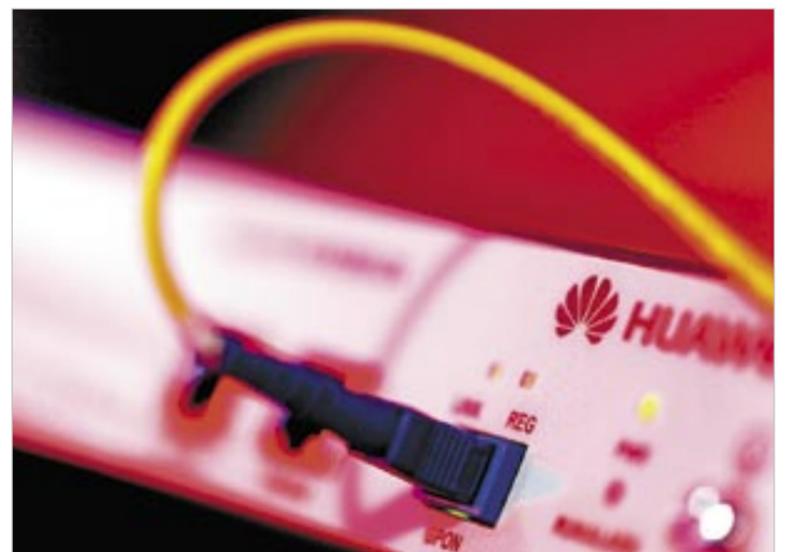
## Neuer Tarif fürs Vielsurfen bei Arcor-Internet-by-Call-Flatrate

Arcor hat seine Internet-by-Call-Flatrate nach einhalb Jahren Preisstabilität angepasst, jedoch nur den Tarif für Vielsurfer bei der Nutzung eines Kanals. In dieser Variante gilt seit 1. April für Vielsurfer ein Pauschaltarif von 34,95 Euro. Neukunden und Normal-surfer zahlen weiterhin für den Internetzugang via Analog- oder ISDN-Anschluss einen Pauschalpreis von 19,95 Euro. Die Preise gelten ab der ersten Nutzung bis zum Ende eines laufenden Monats. Die Arcor Internet-by-Call-Flatrate gilt jeweils für den laufenden Kalendermonat und kann für den Folgemonat erneut gebucht werden. Der Pauschaltarif errechnet sich dann nach dem Surfverhalten im Vormonat. Der Preis wird in einer Webmaske angezeigt und muss vor der Buchung bestätigt werden. Die Schmalband-Pauschaltarife beinhalten weder Vertragsbindung oder Einrichtungskosten noch Einwahlgebühren. Sie gelten für den jeweiligen Kalendermonat und enden automatisch zum Monatswechsel. Bei Arcor-Festanschluss- und Arcor-Preselection-Kunden werden die Flatrates in der Arcor-Rechnung ausgewiesen. Sonst findet man den Betrag auf der Telekom-Rechnung unter „Verbindungen anderer Anbieter“. Um die Arcor-Internet-by-Call-Flatrate zu

nutzen, trägt man für den Pauschaltarif die Einwahlnummer 01920791, den Benutzernamen arcor sowie das Passwort internet in die DFÜ-Einstellungen ein. Eine zusätzliche Software ist nicht nötig. Beim ersten Aufruf einer Onlineseite erscheint automatisch eine Maske für die Tarifbestätigung. Der Zugang kann sofort genutzt werden. ISDN-Kunden können per Kanalbündelung die Surfgeschwindigkeit auf 128 Kilobit pro Sekunde verdoppeln. Die Monatspreise erhöhen sich dann auf 29,90 Euro bzw. für Vielsurfer auf 59,90 Euro. Auch diese Preise sind stabil geblieben. Alle genannten Tarife sind inklusive Mehrwertsteuer.

## 01070 passt den Nebenzeittarif für Ferngespräche an

Nutzer der Vorwahl 01070 telefonieren seit dem 6. April in der Nebenzeit ab 0,89 Cent pro Minute. Der neue Tarif gilt werktags in der Zeit von 19 bis 7 Uhr, sofern man für Telefonate mit Arcor-Call-by-Call die 01070 vor der eigentlichen Vorwahl wählt; bei Ortsgesprächen muss die 01070 direkt vor die Rufnummer gesetzt werden. Arcor-Call-by-Call benötigt keine Anmeldung oder Registrierung und wird im Minutentakt abgerechnet. Die genannten Preise beinhalten bereits die gesetzliche Mehrwertsteuer.



So präsentiert sich der Übergabepunkt des Glasfaserprojekts im Keller der Coloneo Häuser.

## TechniSat: Produkte aus Leidenschaft

# Qualität made in Germany

Seit seiner Gründung setzt TechniSat auf qualitativ hochwertige Produkte, Features und Service-Leistungen. Darüber hinaus werden alle Produkte in Deutschland entwickelt und auch gefertigt. Die sich daraus ergebende Marktnähe sowie kurzen Reaktionszeiten auf neue Trends sorgen für innovative Geräte, die den Wünschen der Kunden entsprechen.

Für die kontinuierliche Produktpflege und Neuentwicklung seiner Produkte besitzt TechniSat mit Hauptsitz in Daun/Vulkaneifel ein eigenes Forschungs- und Entwicklungszentrum in Dresden, wo ein Team aus derzeit 200 Ingenieuren Digitaltechnik in Referenzqualität entwickelt. In 2009 plant TechniSat weitere 100 Entwickler einzustellen, um die Kapazitäten zu erweitern. TechniSat verfolgt bei der Entwicklung seiner Produkte immer das Hauptziel, dass die Geräte trotz modernster und intelligentester Elektronik für



Die TechniSat LCD-Displays der HDTV-Serie sind in 23 Zoll, 40 Zoll und 46 Zoll in jeweils drei Farbvarianten erhältlich. Alle Geräte sind serienmäßig mit dem Dual-HDTV-Multituner ausgestattet, der digitale Programme per Satellit, Kabel oder via DVB-T empfängt.

den Endverbraucher einfach und komfortabel zu bedienen sind. Mit den aktuellen HDTV-Displays der HD-Vision-Serie bringt TechniSat Geräte auf den Markt, die keine Wünsche offen lassen. Die nur rund 11 cm tiefen Gehäuse bieten dem Anwender eine Vollausstattung. Der Dual-HDTV-Multi-Tuner verarbeitet Signale via Satellit, Kabelfernsehen und DVB-T. Der digitale Videorekorder mit 250 GByte Festplatte spart ein externes Gerät und über die beiden CI-Schnittstellen ist der Empfang aller Pay-TV-

Programme mit den entsprechenden Karten möglich. Zusätzlich ist ein Conax-Modul in das Gerät integriert.

Seitlich und unterhalb des Gehäuses befinden sich zahlreiche Anschlüsse für DVD-Player, MP3-Spieler, externe Speichermedien, Soundsysteme, Computer oder Schnittstellen zur Einbindung des Fernsehers in ein bestehendes Netzwerk.

### Vertrieb nur über den Fachhandel

Entsprechend dem Premiumanspruch der Geräte hat TechniSat auch sein Vertriebsprogramm ausgelegt. Mit seinem Premium-Line-Konzept ist das Unternehmen auf einem sehr guten Weg, seinen Handelspartnern verlässliche und gute Margen zu ermöglichen. Die hochwertig und komfortabel ausgestatteten LCD-Fernseher und Set-Top-Boxen setzen bei der Vermarktung im Handel ein hohes Maß an Beratungsintensität voraus. Alleine aus diesem Grund sind die Mar-



Am Hauptfirmensitz in Daun/Vulkaneifel arbeiten heute zirka 400 Mitarbeiter und steuern sämtliche Verwaltungs-, Vertriebs- und Marketingaktivitäten des Unternehmens. Das 2007 eröffnete Kunden- und Logistikzentrum beinhaltet unter anderem einen 700 qm großen Showroom sowie zahlreiche Schulungsräume.

gen sehr gut. Neben umfangreicher Marketingunterstützung zählt hierzu auch das Shop-Konzept. Das TechniSat Premium-Shop-System bietet Fachhändlern die Möglichkeit, das umfangreiche Produktsortiment professionell in Szene zu setzen. Die hohe Wertigkeit des Shop-Systems spiegelt sich im modernen und ansprechenden Design wider.

Die TechniSat PremiumLine Produkte stehen, wie alle HDTV-LCD-Digitalfernseher, daher nur für den stationären autorisierten Vertrieb zur Verfügung und sind für andere Distributionswege nicht zugänglich. Ein klares Bekenntnis für den beratenden Handel.

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

Das Anschlussfeld der HDTV-Displays lässt keine Wünsche offen. Neben drei HDMI-Schnittstellen, Ethernet-Port, USB-Anschlüssen und optischem Ausgang finden sich hier Buchsen zum Anschluss von Subwoofer, Center, vorderen und hinteren Lautsprechern zum Aufbau eines Surround-Systems.

Selbst zwei SCART-Buchsen zum Anschluss älterer Geräte befinden sich noch an der Unterseite.



## Nokia: Mobilfunk und Internet verschmelzen

# Fachhandel als Botschafter

Die Mobilfunkbranche befindet sich im Wandel. Nokia hat diesen bereits mit der Einführung des Online-Portals Ovi im vergangenen Jahr eingeläutet. Neben kostenlosen Services sollen hierüber auch Anwendungen und Programme für die einzelnen Handys verkauft werden. Der Handel spielt hierbei eine wichtige Rolle.

Im Mittelpunkt der Handelsstrategie von Nokia steht die starke Präsenz der Marke Nokia am PoS sowie eine enge Partnerschaft mit Handel und Netzbetreibern – mit dem Ziel, eine Win-win-Situation für alle Beteiligten herzustellen. Der Fachhandel spielt für Nokia dabei eine entscheidende Rolle. Er ist Botschafter der gesamten Branche, er kennt die Bedürfnisse der Kunden, bietet ihnen Orientierung und beeinflusst letzten Endes Kaufentscheidungen maßgeblich. Um auch in Zukunft erfolgreich am Markt agieren zu können,



Heikki Tarvainen: „Nur Produkte zu verkaufen, genügt nicht mehr – Lösungen sind der Schlüssel für langfristiges Wachstum.“

muss sich der Handel aus Sicht von Heikki Tarvainen, General Manager Nokia Deutschland, auf seine Tugenden besinnen: „Nur Produkte zu verkaufen, genügt nicht mehr. Lösungen sind der Schlüssel für langfristiges Wachstum. Wir wollen den Wandel entscheidend mitbestimmen und mit attraktiven Mobiltelefonen und Diensten positive Impulse beisteuern.“

### Persönliches Internet

Wie die Verschmelzung aus Telekommunikations-Techno-

logien und dem Internet konkret aussieht und welche neuen Möglichkeiten sich den Konsumenten dadurch eröffnen, skizzierte Tarvainen an konkreten Beispielen: „Stellen Sie sich vor, Sie sind auf dem Weg zu einem Kongress und können über eine Anwendung in ihrem Mobiltelefon sehen, wer von ihren Freunden und Kollegen ebenfalls vor Ort ist. Noch bevor Sie im Taxi zur Veranstaltung sitzen, können Sie sich mit Bekannten zum Abendessen verabreden. Oder Sie nutzen die freie Zeit, um ein Sportgeschäft oder ein Museum über die Navigationsfunktion des Telefons zu suchen und sich anschließend bis zur Tür navigieren zu lassen. Anhand dieser Beispiele wird deutlich, wie aus dem allgemeinen Internet das ganz persönliche Internet wird. Für den Händler entstehen so neue Verkaufsmöglichkeiten, die über den Verkauf von Produkten weit hinausgehen.“ Seit jeher ist es Unternehmensphilosophie, Menschen miteinander zu verbinden. Heute erfolgt dies zunehmend mit Hilfe neuer Kommunikationsformen über soziale Netzwerke, das Internet oder das integrierte Navigationssystem. „Deshalb sprechen wir heute von Connecting People 3.0“, erläutert Heikki Tarvainen. „Wir sind zwar alle ständig in Bewegung, haben aber doch gleichzeitig das Bedürfnis nach Nähe und möchten Familie und Freunden mitteilen, wo wir sind und was wir gerade erleben.“ Nokia unterstützt den Handel bei diesem Veränderungsprozess mit attraktiven Mobiltelefonen und den passenden Diensten für Musik, Navigation, E-Mail oder



Durch die zunehmende Verschmelzung von Mobilfunk und Internet entstehen vollkommen neue Anwendungen. So kann sich der Anwender in fremden Umgebungen per Handy zu bestimmten Orten navigieren lassen sowie darüber hinaus auf dem Mobiltelefon sehen, ob sich einer seiner Freunde in der Nähe befindet.

Mobile Gaming. Grundlage für den beratungsintensiveren Verkauf von Lösungen ist das Wissen des Händlers und die Entschlossenheit, die neuen Möglichkeiten optimal zu nutzen. Dazu bietet Nokia auch 2009 themenbezogene Schulungen etwa im Rahmen der Handelstage oder der Trainings der Nokia Academy. An der Wertschöpfungskette rund um die Nokia Dienste kann der Handel zum Beispiel durch den Verkauf von Content Cards oder das Einrichten kostenpflichtiger Serviceleistungen wie beim Installieren von Navigationssoftware profitieren.

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

# Spielekonsolen • Software • Games

## GC Online: Neue Gamesmesse in Leipzig

### Auf zu neuen Welten

Vom 31. Juli bis 2. August 2009 startet mit der **GAMES CONVENTION ONLINE** die erste eigenständige Plattform in Europa für Browser, Client und Mobile Games, den derzeit dynamischsten Markt der Spielebranche.

Vernetzung ist Trend und Markenzeichen der digitalen Spielewelt von morgen. Mit 14,6 Prozent jährlichem Umsatzwachstum bis 2012 entwickeln sich Online-Spiele in Deutschland doppelt so dynamisch wie die übrige Video- und Computerspiele-Industrie. Spiele werden zum ständigen Wegbegleiter. Ob spielender Power Gamer oder gelegentlich daddelnder Casual Gamer – auf Mobilgeräten wie Handys oder PDAs wird es für alle Ansprüche

#### Andrew House ist neuer CEO bei Sony CEE

Andrew House, bisheriger Chief Marketing Officer (CMO) und Group Executive der Sony Corporation, wird President, CEO und Co-Chief Operating Officer (Co-COO) von Sony Computer Entertainment Europe (SCEE). House wird seine Position mit Wirkung zum 1. Mai 2009 übernehmen. Gleichzeitig scheidet David Reeves, President, CEO und Co-COO, Sony Computer Entertainment Europe (SCEE) und Deputy President, Sony Computer Entertainment Inc., zum 30. April 2009 aus der Sony Computer Entertainment Group aus. „Davids Beitrag zur Einführung der Marke PlayStation und zur Ausdehnung des Geschäfts in Europa und der PAL-Region während seiner 14jährigen Tätigkeit sind unermesslich“, so Kazuo Hirai, CEO der Gruppe Sony Computer Entertainment. „Ich spreche ihm meinen aufrichtigen Dank für seine Leistungen im Geschäftsbereich PlayStation aus und wünsche ihm alles Gute für seine zukünftigen Projekte.“ [www.playstation.de](http://www.playstation.de)



Andrew House

den passenden Zeitvertreib geben. Das spiegeln auch die wachsenden Einnahmen für mobile Spiele wider: Bis 2012 sollen sie in Deutschland jährlich um 12,1 Prozent zulegen.

#### Über 10 Millionen Spieler online

Im Juni letzten Jahres waren mehr als zehn Millionen deutsche Surfer auf Online-Gaming-Seiten unterwegs, fast jeder dritte deutsche Netznutzer klickte auf Spieleseiten im Internet und sorgte für ein 9prozentiges Wachstum innerhalb eines Jahres. Noch 2002 generierten Onlinespiele in Deutschland mit rund 30 Millionen Euro magere 3 Prozent des gesamten digitalen Spielmarktes. Auf satte 227 Millionen wachsen die Einnahmen laut

#### Wheelman von Ubisoft

Ab sofort ist das Adrenalin-geladene Action-Racing-Spiel Wheelman mit Filmstar Vin Diesel im Handel erhältlich. Wheelman ist Hollywood-Action, gepaart mit einer packenden Story, vor der wunderschönen Kulisse Barcelonas. Der Spieler schlüpft in die Rolle des CIA-Agenten Milo Burik, der sich als Fluchtwagenfahrer einen Namen in der Stadt machen muss, um die katalanische Mafia zu infiltrieren. Wheelman gibt es für Xbox 360, Playstation 3 und PC.

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

#### Resistance 2 im Playstation Netzwerk

Ab sofort sind über Playstation Netzwerk viele zusätzliche Inhalte für das PS3-Game Resistance 2 erhältlich. Der kostenlos herunterladbare Patch 1.50 zum Spiel liefert viele Neuerungen. So kommen Spieler in den Genuss des neuartigen Leaderboards und neuer Belohnungen wie Flaggen und Medaillen. Zudem lassen sich selbstangelegte Spiele per Passwort schützen. Das Mehrspieler-Kostüm Bundle mit allen sechs neuen Skins, darunter befindet sich mit Rachel Parker auch eine weibliche Soldatin, steht für 2,99 Euro zum Download bereit. [www.playstation.de](http://www.playstation.de)



Marktforschungsvorhersagen im Jahr 2012. Zu den Wachstumstreibern zählt auch die zunehmende Verbreitung schneller Internetzugänge. Zur Zeit haben 75 Prozent der deutschen Haushalte einen Online-Anschluss. 24 Millionen haben einen Breitbandanschluss – fast 60 Prozent der rund 40 Millionen Haushalte. Die Messe ist während der gesamten Laufzeit im Internet zugänglich. Mehrere Aussteller schaffen Zugänge zu den neuen Spielen, die auf der Leipziger Messe vorgestellt werden. Solange die Games Convention Online läuft, ist der Zugang kostenlos.

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

#### Neues System-Update für Playstation 3

Das ab sofort verfügbare Softwaresystem-Update 2.70 ermöglicht den schnellen Zugriff auf häufig verwendete Funktionen. Zudem eröffnet die Aktualisierung dem Spieler ein noch größeres Angebot an Chat-Funktionen mit Mitspielern. Die Wiedergabe von Musik wurde ebenfalls verbessert, und das Internet ist nun noch leichter zugänglich. Des Weiteren bietet die Aktualisierung ein Tool, um Spiele und andere Inhalte im PlayStation Store zu sichern. Das System-Update 2.70 von Sony Computer Entertainment Europe (SCEE) ist kostenlos und wird bei bestehender Online-Verbindung des PS3-Systems automatisch heruntergeladen.

##### Text-Chat

Die Aktualisierung vereinfacht den Chat: Einfach einen Chatraum einrichten, Personen aus der Freundeliste auswählen und einladen. Diese sehen ein Symbol in der Ecke des Bildschirms und wissen, dass und von wem sie in einen Chatraum eingeladen wurden. Bis zu 16 Benutzer können via Controller, Tastatur oder Wireless-Tastatur-Pad einen Chatraum betreten. Auch während eines Spiels kann ein Chat gestartet werden.

##### Dynamische Lautstärkeanpassung

Unterschiedliche Lautstärkepegel zwischen Musikstücken gehören der Vergangenheit an. Ab sofort wird die Lautstärke der angehörten Stücke automatisch angepasst, was für einen gleichmäßigen Hörgenuss sorgt.

##### Bessere Kontrolle im Internet

Informationen zu einem Spiel können per Tastendruck gesucht werden. Die Aktualisierung 2.70 ermöglicht es außerdem, Texte im Browser auszuschneiden und sie an einem anderen Ort einzufügen. Außerdem ist das Versenden von Nachrichten mit einem Anhang bis zu einer Größe von 3 MByte möglich.

##### Sprachlösung

Das neue System-Update erlaubt es, im Browser auch Sonderzeichen anderer Sprachen wie polnisch, griechisch, tschechisch oder türkisch darzustellen. [www.playstation.de](http://www.playstation.de)

#### Großes Line-up an WiiWare und DSiWare

Wenige Tage nach dem Marktstart des neuen Nintendo DSi präsentierte Nintendo eine breite Palette neuer WiiWare- und DSiWare-Spiele. Sie werden in den kommenden Monaten im Wii-Shop-Kanal oder im neuen Nintendo DSi Shop zum Download bereitgestellt. WiiWare gibt es bereits seit 2008. Diese Software ermöglicht auch kleinen Entwicklern den Auftritt auf der großen Wii-Bühne – mit Titeln für Nintendos TV-Konsole, die besonders leicht zu handhaben und zu spielen sind. Über den neu eröffneten Nintendo DSi Shop können jetzt auch neue Spiele online auf die Konsole geladen werden. Die neue Software-Reihe Nintendo DSiWare bietet den Entwicklern neue kreative Möglichkeiten, witzige Spiele und Anwendungen für den Nintendo DSi zu kreieren.

„Wir sind hocheifrig darüber, wie weit sich WiiWare seit seinem Start im vergangenen Jahr entwickelt hat“, sagt Laurent Fischer, Managing Director of Marketing & PR von Nintendo of Europe. „Derzeit lassen sich in Europa etwa 58 WiiWare-Spiele über den Wii-Shop-Kanal herunterladen, voll gepackt mit spannenden Inhalten. Das zeigt die Bandbreite an Kreativität, zu der Wii-Spieler jetzt Zugang haben. Besonders freut es uns, dass Entwickler dank WiiWare nun Spiele auf unsere Plattform bringen können, die sonst vielleicht nie veröffentlicht worden wären. Jetzt, da auch Nintendo DSiWare in Europa gestartet ist, hoffen wir, dass sich das WiiWare-Prinzip auch auf dem neuen Handheld bewährt, indem es eine breite Palette unterschiedlicher Software und Applikationen auch für das Videospiel unterwegs ermöglicht.“

WiiWare-Spiele sind ab 500 und Nintendo DSiWare-Titel bereits ab 200 Nintendo Points erhältlich. Sie sind leicht zu spielen und lassen sich aus dem Wii-Shop-Kanal oder dem Nintendo DSi Shop direkt auf die entsprechende Konsole laden. Zahlreiche Entwickler haben bereits jede Menge neue Software in der Pipeline und werden ihre Neuheiten in den nächsten Monaten nach und nach auf den Markt bringen. Ganz neu und schon jetzt verfügbar ist der kostenlose Nintendo DSi Browser. Er ermöglicht es, mit dem Nintendo DSi durchs Internet zu surfen, E-Mails zu checken, die neuesten Nachrichten und Updates zu empfangen und vieles mehr. Dazu ist nur ein kabelloser Internetzugang nötig. Beide Bildschirme dienen dazu, Webseiten anzusehen und zu durchsuchen. Mit Touchscreen und Touchpen kann man sehr einfach navigieren oder Texte eingeben, indem man entweder die auf dem Bildschirm eingeblendete Tastatur oder die integrierte Handschrift-Erkennung nutzt. [www.nintendo.de](http://www.nintendo.de)



## SingStar bekommt Zuwachs: Queen

SingStar Queen gehört schon jetzt zu den musikalischen Highlights des Jahres 2009.



## Sonos: Vernetztes Multiroom-System für digitale Musik

# Musikgenuss ohne Grenzen

Die gleiche Musik in mehreren Räumen hören zu können oder sogar unterschiedliche Lieder in verschiedenen Zimmern abspielen zu lassen, ist im Zeitalter digitaler Musik im Grunde kein Problem mehr. Sonos hat ein System entwickelt, das sowohl drahtlos als auch netzgebunden arbeitet, sich ohne großen Aufwand erweitern lässt, einfach in der Bedienung ist und obendrein HiFi-Qualitäten mit sich bringt.

Multiroom-Systeme sind keine neuzeitliche Erfindung, sondern begeistern seit der Einführung hochwertiger HiFi-Systeme den Musikfan. Leider aber war der Aufwand für ein solches System immens. In jedem Raum mussten Kabel verlegt werden, und im Falle einer Erweiterung war dies stets mit erheblichem Installationsaufwand verbunden. Die Digitaltechnik in Verbindung mit drahtlosen Netzwerktechnologien bietet heute vollkommen neue Möglichkeiten der Informationsübermittlung. Das Sonos-System ist für die Wiedergabe digitaler Musik ausgelegt und verarbeitet komprimierte MP3-, WMA- (einschließlich erworbener Windows Mediendownloads), AAC- (MPEG4), Ogg Vorbis-, Audible- (Format 4), Apple Lossless-, Flac-Lossless Musikdateien, unkomprimierte WAV- und AIFF-Dateien und bietet eine systemeigene Unterstützung für Samplingraten von 44,1 kHz. Gleichzeitig räumt das Sonos-System mit dem Vorurteil auf, digitalisierte Sounds können nicht mehr gut klingen.

### Rundum-Sorglos-Paket

Das Music-System von Sonos besteht in der Grundkonstellation aus sogenannten Zone-Playern sowie einem Controller zur Steuerung des Systems. Es stehen zwei verschiedene Zone-Player-Typen zur Verfügung: Der ZP120 ist mit einem integrierten Class-D-Verstärker mit zweimal 55 Watt Ausgangsleistung versehen, während der ZP90 ohne Verstärker zum Anschluss an eine vorhandene Stereoanlage, Heimkinosystem oder Aktiv-Lautsprecher gedacht ist. Für unseren Test diente das Basissystem 150, bestehend aus ZP120, ZP90 und einem Controller CR100. Zusätzlich kamen die ZoneBridge BR100, ein paar externe Lautsprecher sowie eine Ladestation CC100 für den Controller zum Einsatz. Grundvoraussetzung für den Aufbau einer

Sonos-Anlage ist ein DSL-Breitbandanschluss sowie ein Router, an den entweder eine ZoneBridge oder einer der Zone-Player angeschlossen werden müssen. Diese fungieren als Schnittstelle zum Internet, worüber das Internetradio an die einzelnen Player gesandt wird sowie die Daten zu Liedern und Alben aus den Internet-Datenbanken bezogen werden.

### Schnelle Einrichtung

Zum Lieferumfang gehören alle zum Betrieb notwendigen Anschlussleitungen. Wer seine Musikanlage jedoch per optischem Kabel an den ZP90 anschließen möchte, muss dieses separat erwerben. Zur ersten Konfiguration wird zunächst die ZoneBridge per Netzwerkkabel an den Router angeschlossen und auf dem PC eine Installations-CD geladen. Das Konfigurationsprogramm ist selbsterklärend und so einfach aufgebaut, dass jeder Anwender ohne Probleme die notwendigen Schritte durchführen kann. Bei eingeschaltetem DHCP-Server (Standard-Windows-Konfiguration) verbindet sich die ZoneBridge innerhalb weniger Sekunden mit dem Router und ist betriebsbereit. Natürlich ist aber auch eine manuelle Vergabe der Netzwerkparameter möglich. Eine Status-LED gibt Auskunft über den Betriebszustand.

Jede Sonos-Komponente ist mit zwei Ethernetports ausgestattet, so dass hier das Netzwerk durchgeschliffen werden kann, wenn die Geräte in ein bestehendes Kabelnetz eingebunden werden sollen. Darüber hinaus aber arbeiten die Zone-Player mit SonosNet 2.0, der drahtlosen Mesh-Netzwerktechnologie von Sonos. Für die störungsfreie Verbindung sorgen drei Antennen. Um das Multiroom-System in Betrieb zu nehmen, muss jetzt nur noch die ZP90 mit einer Stereoanlage und die ZP120 mit den beiden Lautsprechern verbunden werden und



Die Steuerzentrale des Sonos-Multiroom-Systems sind die Controller. Das stabile Kunststoffgehäuse ist an der Unterseite mit einer Gummierung versehen. So kann das Gerät ruhig einmal auf den Boden fallen, und auch Spritzwasser macht ihm nichts aus. Die Bedienung ist einfach und leicht verständlich.

diese an den gewünschten Standorten aufgestellt werden.

Nun nimmt man sich den mit einem 3,5 Zoll Farb-LCD-Bildschirm mit LED-Touchpad ausgestatteten Controller zur Hand und wählt den Menüpunkt zur Einrichtung eines neuen Zone-Players an. Dies geschieht über ein Touchpad auf der rechten Seite, welches wie ein Drehregler mit dem Daumen bedient wird, was mit garantiertem Spaßfaktor erfolgt. Sobald der Anmeldevorgang eingeleitet ist, muss nur noch am Zone-Player die Anmeldetaste betätigt werden und Augenblicke später lässt sich der Player über den Controller bedienen. Zur leichteren Identifikation gibt man diesem jetzt noch eine Bezeichnung, wozu entweder ein Eintrag aus der Musterliste oder ein eigener Name eingegeben werden kann. Auf diese Weise lassen sich bis zu 32 Player anmelden.

### Sound für 32 Räume

Bei der Konzeption des Controllers hat Sonos nicht nur Wert auf eine einfache Bedienung gelegt, sondern diesen praxisgerecht ausgeführt. Das stabile Kunststoffgehäuse ist an der Unterseite mit einer Gummierung versehen. So kann das Gerät ruhig einmal auf den Boden fallen, und auch Spritzwasser macht ihm nichts aus. Von einem einzigen Controller aus hat man Zugriff auf alle im Haus befindlichen Player und kann auf jedem unterschiedliche Musik von verschiedenen Quellen abspielen. Im sogenannten Party-Modus spielt das System auf allen Playern per Tastendruck die gleiche Musik. Wo die Dateien liegen, spielt fast keine Rolle, denn die Zone-Player können auf beinahe alle Datenträger wie PCs, externe Festplatten, Macs, Laptops oder



Der im ZP120 zum Einsatz kommende Class-D-Verstärker liefert einen hervorragenden Klang und ist mit seinen 2 x 55 Watt für die meisten Räume gut dimensioniert. Vergoldete Lautsprecher-Anschlüsse sorgen für beste Klangwiedergabe.

Der ZP90 erlaubt die Integration jeder beliebigen Musikanlage in das Multiroom-Konzept, so dass diese zur Wiedergabe digitaler Musik genutzt werden kann, ohne zusätzliche Lautsprecher kaufen zu müssen.

NAS-Systeme (Network attached Storage) zugreifen.

Ein Controller und mehrere Personen? Kein Problem, denn ebenso wie Zone-Player können bis zu 32 Controller angemeldet werden, so dass jeder Mitbewohner über sein eigenes Soundsystem verfügen kann. Jeder Controller lässt sich hierbei an nur einem Zone-Player oder auch an mehreren anmelden. Die Performance des Gesamtsystems leidet auch dann nicht und das im Haus vorhandene Computernetz wird in seiner Leistungsfähigkeit nicht beeinträchtigt. Das Sonos-System macht einfach Spaß. Die Bedienung und Handhabung sind aufgrund der gut strukturierten Benutzeroberfläche der Controller einfach. Musiksammlungen können nach Titeln, Alben, Interpreten oder nach Genre angezeigt werden. Auch die gezielte Suche nach einzelnen Titeln ist möglich. Überraschend ist die Leistung des ZP120. Der Class-D-Verstärker liefert einen hervorragenden Klang, der natür-

lich auch von der Qualität der angeschlossenen Boxen abhängig ist. Die im Bundle enthaltenen Speaker sind ein sehr guter Kompromiss zwischen Preis, Größe sowie Klang und für die meisten Anwendungen ausreichend. Da jeder Player als eigene Funkzelle agiert und das Signal verstärkt, ist selbst bei schwierigen Raumkonstellationen eine gute Empfangsleistung garantiert. [www.sonos.com](http://www.sonos.com)

### KERNARGUMENTE

- Modulares Multiroom-System
- Erweiterbar auf bis zu 32 Player und Controller
- Drahtloses Funknetzwerk
- Durchgeschliffene Netzwerkschnittstellen
- Einfache Bedienung und Einrichtung des Systems
- Zugriff auf externe Festplatten, NAS-Server, PCs, Laptops
- Spritzwasser- und stoßgeschützter Controller
- Verdeckter Einbau der Zone-Player möglich
- Vorhandene Musikanlagen lassen sich über ZP90 integrieren

**Der Ravensberg – Berufliche Schule und Abendgymnasium – sucht zum 1. August 2009 für seine Abteilungen**

**Landesberufsschule Photo+Medien Kiel/  
Berufsfachschule für Fotodesign Kiel**

eine

## Lehrkraft für Fotografie bzw. Foto- und Medientechnik

### Aufgabenbereiche

- Einsatz in den Fachklassen für die Ausbildungsberufe Fotograf/Fotografin, Fotomedienlaborant/Fotomedienlaborantin, Fotomedienfachmann/Fotomedienfachfrau
- Einsatz in den Klassen des vollschulischen Bildungsganges „Staatlich geprüfter Fotodesigner/Staatlich geprüfte Fotodesignerin“

### Anforderungen

Sie haben eine fundierte Ausbildung im Bereich Foto und Medien oder verwandten Fachgebieten. Wünschenswert sind Erfahrungen aus beruflichen Tätigkeiten in der Foto- und Medienbranche.

### Schulprofil

Die Landesberufsschule Photo+Medien Kiel und die Berufsfachschule für Fotodesign Kiel arbeiten in enger

Kooperation mit dem Photo+Medienforum Kiel zusammen, der bundesweit renommierten Institution für die Weiterbildung in der Foto- und Medienbranche. Unser Haus ist – mit Unterstützung von Unternehmen und Verbänden aus der Foto- und Medienbranche – ausgestattet mit modernen EDV-Räumen zur digitalen Bildbearbeitung, sehr gut ausgestatteten Studios und Fachlaboren, einem digitalen Minilab sowie aktuellen Kamerasystemen verschiedener Hersteller. Sie arbeiten in einem Team fachlich und pädagogisch kompetenter Lehrkräfte, die im Jahr – größtenteils im Rahmen von Blockunterricht – ca. 300 Auszubildende bzw. Schüler unterrichten.

### Bewerbungen

Ihre aussagekräftige Bewerbung richten Sie bitte bis zum 15.5.2009 an die Landesberufsschule Photo+Medien Kiel, zu Händen Jürgen Christ, Feldstraße 9-11, 24105 Kiel.

Für telefonische Vorabinformationen steht Ihnen Jürgen Christ unter den Rufnummern 04 31-57 97 0 23 oder 04 31-57 97 0 17 zur Verfügung.

Die Landesregierung Schleswig-Holsteins setzt sich für die Beschäftigung schwerbehinderter Menschen ein. Daher werden schwerbehinderte Bewerberinnen und Bewerber bei entsprechender Eignung bevorzugt berücksichtigt. Weiterhin ist die Landesregierung bestrebt, ein Gleichgewicht zwischen weiblichen und männlichen Beschäftigten zu erreichen. Frauen werden daher bei gleichwertiger Qualifikation im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten vorrangig berücksichtigt. Teilzeitbeschäftigungen sind möglich.

Sollten Sie nach Abschluss des Bewerbungsverfahrens eine Rücksendung Ihrer Bewerbungsunterlagen wünschen, legen Sie bitte einen ausreichend frankierten Rückumschlag bei.



### Sicherheit auch für Vandalen

3M Touch Systems, das nach eigener Aussage „diversifizierte Technologieunternehmen“, hat eine „neue Generation kapazitiver Touch-Lösungen mit neuem Sensordesign zum konkurrenzfähigen Preis“ angekündigt. Das als „wirtschaftliche, robuste, Sicherheit für den Benutzer bietende und abdichtbare Touch-Lösung“ angepriesene System besteht aus berührungsempfindlichen Bildschirmen für Kiosksysteme und Geldautomaten. Die Lebensdauer des Produktes mit dem griffigen Namen SCT7650EX wird laut 3M erhöht, und zwar durch „die Kombination von neuem Sensordesign und Fertigungspotentialen“ (wie kombiniert man eigentlich Sensordesign mit Potentialen?), und sogar in Umgebungen, „in denen Glasbruch und die Sicherheit des Benutzers von Bedeutung sind.“ PoS-MAIL findet das gut: Kein Glasbruch ohne Sicherheit des Glasbrechers! Wir sind fasziniert davon, dass für die neuen Panels „auf Wunsch der Kunden hin“ leitfähige, flexible Folienkabel mit Klebverbindung anstelle herkömmlicher Drahtkabel mit Lötverbindung verwendet werden, um die Bildschirme auch bei Vandalismus sicher zu machen. Ob die Vandalen selbst danach gefragt haben? Egal – Hauptsache, es gibt eine optisch laminierte Glas-auf-Glas-Konstruktion mit höherer Schlagfestigkeit. Dabei wird der Benutzer durch eine Laminierung zwischen der Oberfläche des Touchscreens und dem LCD-Bildschirm zuverlässig geschützt, wenn er hart auf das Panel einschlägt. PoS-MAIL regt an, die Erfindung auch für Ego-Shooter und andere PC-Spiele einzusetzen, bei denen aggressive Ausbrüche der Nutzer zu erwarten sind. Auch die Verwendung von SCT7650EX für die Anzeige von Börsenkursen soll in Erwägung gezogen werden.

**Zielorientierter, leistungsstarker und kreativer**

## Marketing-/ Communications- & PR-Manager

**mit fundierten Kenntnissen in den klassischen Marketingdisziplinen wie:**

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

**sucht neues Aufgabenspektrum für eine weitere berufliche Herausforderung.**

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

Chiffre 4313765

## IMPRESSUM

### PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

### Herausgeber:

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

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

**Objektmanagement:** Franz Wagner

### Redaktion:

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

**Text- und Bildbeiträge:** Georg Reime

**Anzeigen:** Ralf Gruna

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

### Layout und Herstellung:

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

# Motionflow 200Hz. Bewegungsschärfe in einer anderen Liga.

Messerscharf und atemberaubend flüssig zugleich:  
Mit faszinierenden 200 Bildern pro Sekunde werden  
Detailreichtum und absolute Bewegungsschärfe  
erlebt, wie man sie noch nie gesehen hat. Alles  
über die revolutionäre Motionflow-Technologie  
von Sony: [www.sony.de/bravia](http://www.sony.de/bravia)

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



**Motionflow**  
200Hz

**SONY**

**BRAVIA**

motion like.no.other™