

POS-MAIL

Mai 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

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

I N F O R M A T I O N E N F Ü R H I G H - T E C H - M A R K E T I N G



Es kann
nur drei
Sieger
geben.

Erleben Sie die
Fußball-EM auf
den mit Bestnoten¹
getesteten TV-Sys-
temen von Loewe.

Ob Individual Compose
mit bis zu 52 Zoll Bild-
diagonale, Connect mit zahl-
reichen Anschlussmöglich-
keiten von USB bis WLAN
oder Xelos mit 100Hz
Technologie – Loewe hat
die beste Aufstellung für
Ihr Wohnzimmer. Mehr
auf www.loewe.de

¹3x Höchstpunktzahl in Video 3/08

LOEWE.



Flachbild-Fernseher und Projektoren sind der Markttreiber der Unterhaltungselektronik. Über 80 Prozent aller verkauften Displays sind HD-ready- oder Full-HD-fähig, können also hochauflösende Bilder darstellen. Bei den Projektoren ist der gleiche Trend zu verzeichnen. HD-ready-Beamer sind bereits für weit unter 1.000,- Euro erhältlich, und selbst Full-HD-Geräte bewegen sich in den gleichen Preisklassen wie adäquate TV-Displays. Während in den letzten Jahren 32-Zoll-Displays den größten Marktanteil hatten, werden heute zunehmend auch 40 bis 52 Zoll gekauft. Für „echtes“ Großbild greifen die Verbraucher immer häufiger zu Projektoren.

Der bereits im vergangenen Jahr erkennbare Trend zu größeren und besser ausgestatteten Geräten setzt sich in 2008 unvermindert fort. Über 80 Prozent aller verkauften Flachbildfernseher in Deutschland sind inzwischen HD-ready oder Full-HD, können also hochauflösende Bilder darstellen. Im Jahr 2007 wurden über 0,5 Millionen Plasma-Geräte und

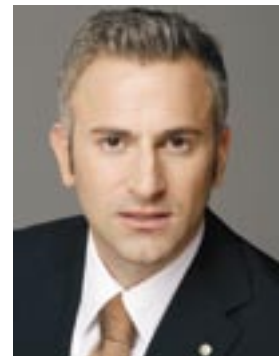
3,9 Millionen LCD-Geräte im Wert von insgesamt über 4,2 Milliarden Euro verkauft. Damit sorgten Flachbildfernseher für 32 Prozent des Umsatzes in der Unterhaltungselektronik. Für 2008 rechnen die Marktforscher der GfK mit einem Umsatzplus von 9,5 Prozent auf dann 4,6 Milliarden Euro. Gleichzeitig ist das Interesse an Full-HD-Geräten

deutlich gestiegen. Seit der zweiten Jahreshälfte 2007 haben Verbraucher verstärkt HD-Fernseher mit sehr großen Bildschirmdiagonalen von über einem Meter gekauft. Die bevorstehende Fußball-Europameisterschaft wird das Display- und Projektoren-Geschäft weiter vorantreiben.

Diese Einschätzung teilt auch Armando Romagnolo, Head of Product Marketing TV & Trainer Team CE bei Panasonic Deutschland.: „Der Flat-TV Markt wird auch im Jahr 2008 zweistellig wachsen, sowohl bei Plasma als auch LCD. Die Fußball-Europameisterschaft und die Olympischen Spiele werden die Nachfra-

ge nach Flachbildschirmen sowie kleinen, leistungsstarken Projektoren weiter anheizen.“ Auch Marktzahlen des letzten Jahres untermauern die Prognosen. HDTV-taugliche Fernsehgeräte dominierten mit rund 95 Prozent des Umsatzes bei den Flat-TVs.

Im vergangenen Jahr wurden insgesamt 3,8 Millionen „HD ready“-Geräte in 2007 verkauft, davon 0,3 Millionen „HD ready 1080p“ (Full-HD). Im Weihnachtsgeschäft wurden bei der Gerätekategorie 37 Zoll und größer bereits mehr als 50 Prozent des Umsatzes mit Full-HD-Modellen erzielt. „Es lassen sich derzeit drei Haupttrends



Armando Romagnolo: „Wir bieten dem Kunden in HD-ready und Full-HD vom Einstiegsgerät bis zum High-End-TV ein komplettes Sortiment.“

FUNAI
DIGITAL VISUAL ENTERTAINMENT
www.funai.de

Hisense Hisense Hisense
powered by **quadral** powered by **quadral** powered by **quadral**

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

Die Macht des Schicksals

Haben Sie es schon gehört? Möglicherweise gibt es ab nächstes Jahr keine Möhren mehr zu kaufen – ein Szenario, das nicht nur Hasen und Kaninchen erschüttert, sondern auch den Gemüsefachhandel, der einen nennenswerten Teil seines Umsatzes mit den schmackhaften, auch Mohrrüben genannten, Wurzeln verdient. Jetzt rechnen Experten damit, dass die Möhren-Produzenten auf Sellerie umsteigen, wenn der Absatz von Möhren die Erwartungen nicht erfüllen sollte.



Nein, es ist nicht der 1. April, und diese Kolumne ist auch nicht nach dem Konsum mehrerer Flaschen Rotwein entstanden. Der obige Absatz persifliert vielmehr den Informationsgehalt einer Meldung, mit der ein in der Branche durchaus als seriös geltender Informationsdienst kürzlich für Verwirrung sorgte. Dort machten sich „Experten“ mit der weltumwerfenden Feststellung wichtig, 2008 sei das Jahr der Bewährung für Plasma-Displays – denn, so war zu lesen, wenn nicht die erwarteten Stückzahlen verkauft werden, dann könnte (könnte!) die Produktion der schönen großen Bildschirme eingestellt werden.

Der Informationsgehalt solcher Tatarenmeldungen geht gegen Null. Natürlich könnte die Produktion von Plasma-Displays eingestellt werden, wenn sie sich nicht lohnt, weil nicht genug verkauft werden. Das gilt übrigens auch für Spiegelreflexkameras, Automobile, Kernkraftwerke und die oben bereits erwähnten Mohrrüben. Das ist ein Gesetz der Marktwirtschaft, und es ist offensichtlich so banal, dass es schon wieder für Aufregung sorgen kann.

Der High-Tech-Fachhandel tut gut daran, sich nicht von Wichtigmachern verwirren zu lassen, die zwar auch nicht mehr wissen als alle anderen, aber den Eindruck erwecken möchten, selbst die letzten Geheimnisse fernöstlicher Marketingabteilungen zu kennen. Dagegen ist ja auch gar nichts einzuwenden, nur: Ein bisschen mehr Mühe sollten sie sich schon machen, wenn sie uns an der Nase herumführen möchten; das darf man erwarten.

Erfolgreiche Fachhändler wissen: Mit Plasma-Bildschirmen lassen sich gute Geschäfte machen – mit LCDs übrigens auch. Und diese erfreulichen Tatsachen sollten wir uns nicht von selbsternannten „Experten“ zerreden lassen.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

im Markt ausmachen“, so Romagnolo. „Dies sind größere Bildschirmdiagonalen, Full-HD und die 100-Hz-Technologie bei Plasma-Displays. Panasonic ist mit den Viera-Flachbildschirmen sehr gut aufgestellt und mit über 50 Prozent Marktanteil Marktführer im Bereich Plasma.“ Mit der Verbreitung der neuen Technologien steigt auch das Interesse der Kunden an Full-HD. Laut einer Untersuchung des Bitkom wird es Ende 2008 voraussichtlich rund 6,4 Millionen Haushalte geben, in denen Full-HD-Geräte betrieben werden. Der Anteil aller HD-Haushalte in Deutschland beträgt dann rund 17 Prozent. Er wird bis 2009 auf rund 30 Prozent und bis 2010 auf 47 Prozent steigen.

Entsprechend präsentiert sich Panasonic auch in diesem Jahr. „Mit unseren Viera Flat-TVs haben wir für jeden Kunden und jede Anforderung das passende Gerät“, ist sich Armando Romagnolo sicher. „Dabei setzt Panasonic vor allem auf Qualität und ein ausgewogenes Preis-/Leistungsverhältnis. Bei LCD-Fernsehern reicht die Palette von 20 Zoll bis 37 Zoll und bei Plasma Fernsehern von 37 Zoll bis 103 Zoll.“

Viera mit schlaggeschütztem Display

Im Hinblick auf die Fußball-EM und die Olympischen Spiele hat Panasonic jetzt die neue Plasma TV Serie PZ80 mit Full-HD-Auflösung auf den Markt gebracht. Sie liefert ein natürliches Kontrastverhältnis von 30.000:1. Der dynamische Kontrast erreicht ein Verhältnis von 1.000.000:1. Die 100 Hz Double Scan Technologie minimiert das Großflächenflimmern und sorgt für eine klare Bewegungsdarstellung. V-Real Pro 3 erzeugt brillante Farben, tiefstes Schwarz und eine hohe Detailgenauigkeit. Gleichzeitig hat man die Lebensdauer auf bis zu 100.000 Stunden erhöht, was bei einer täglichen Sehdauer von acht Stunden einer möglichen TV-Nutzung von rund 34 Jahren entspricht. Darüber hinaus kann selbst ein versehentlicher Stoß den PZ80-Geräten so schnell nichts anhaben – die Panel sind schlaggeschützt und resistent gegen Erschütterungen.

Mit der LZD85-Serie baut Panasonic seinen Full-HD LCD-Bereich aus. Sie wird den Ansprüchen der TV-Oberklasse im Bereich der nachgefragten Bildschirmdiagonalen von 80 beziehungsweise 94 Zentimetern gerecht. Sowohl das 32-Zoll- als auch das 37-Zoll-Modell sind mit dem Full-HD IPS-Alpha-Panel mit

1.920 x 1.080 Pixeln ausgestattet. Weitere Ausstattungsmerkmale sind die V-Real Pro 3 Signalverarbeitung, die 100-Hz-Technologie Motion Picture Pro 2 und 24p Film für die Wiedergabe von kinotypischen 24-Hz-Signalen. Panasonic bietet damit ein breites Sortiment in HD-ready und Full-HD vom Einstiegsgerät bis zum High-End-TV. Dabei sind alle neuen Plasma-Modelle und viele LCD-Geräte von Panasonic mit 100-Hz-Technologie ausgestattet. Mit die-



Mit dem TX-37LZD80 bringt Panasonic jetzt einen 37 Zoll LCD-Fernseher mit Full-HD heraus. Er liefert 1.920 x 1.080 Pixel bei einem Kontrastverhältnis von 10.000:1. V-Real Pro 3, 100-Hz-Technologie sowie ein integrierter DVB-T Tuner runden die Ausstattung ab.

ser Sortimentstiefe ist Panasonic gut auf die kommenden Monate vorbereitet. Immerhin werden in Deutschland über 90 Prozent des Umsatzes mit Flachbildschirmen inzwischen mit HD-ready- oder Full-HD-Geräten gemacht. „Panasonic wird auch weiterhin auf die Plasma- und LCD-Technologie setzen, wobei die Plasmageräte aufgrund ihrer sehr guten Schwarzwerte, Bewegungsdarstellung und der natürlichen Farben für große Bildschirmdiagonalen verwendet werden“, ergänzt Michael Langbehn, Manager Trade Marketing und PR bei Panasonic.

In naher Zukunft wird die Vernetzung der Geräte gerade in der Unterhaltungselektronik eine größere Rolle spielen. Viera Link als Bedienungskonzept sowie die W-LAN-Technologie sind hier aus Sicht von Panasonic die Basiskonzepte der Zukunft. Darüber hinaus werden die Fernseher bald noch kompakter sowie flacher, und neue Technologien wie OLED dürften den Bereich Flachbildfernseher ergänzen.

Plasma-Referenz von Pioneer

In puncto Großbild hat Pioneer mit seiner aktuellen Kuro Plasma TV-Generation neue Maßstäbe gesetzt. Mit einem Kontrastverhältnis von 20.000:1 liefern die 1.080p-Flachbildschirme ein erstklassiges Bild ab und knüpfen an die Referenz-Geräte der ersten Plasma-Generationen an. Gleichzeitig mit der Einführung der neuen Displays will Pioneer seine Produktion vollständig auf 1.080p (Full-HD) umstellen und die Basis Panels (Trägermaterial mit Phosphorzellen) für die Herstellung der Flachbildfernseher extern einkaufen. Damit reagieren die Japaner auf die sich verändernde Marktsituation. Schließlich verzeichnete Pioneer in den vergangenen Jahren durch den verstärkten Wettbewerbsdruck der führenden Branchengrößen und den extremen Preisverfall bei Flachbildschirmen einen merklichen Umsatzverlust. Die Kuro-Displays haben eine Bildschirmdiagonale von 127 cm bei voller 1.080p-Auflösung und

HD-ready Home-Entertainment mit Pfiff

Der Epson EMP-TWD10 ist ein HD-ready Heimkino-Projektor, DVD-Player und Musikanlage in einem. In dem Home-Entertainment-Center liefert die bilderzeugende LCD-Technologie hochauflösende 720p-Bilder und ist schonender für die Augen als andere Projektortechnologien. In Räumen, die sich nicht komplett verdunkeln lassen, sorgt der Epson Cinema Filter für klare, lebendige Bilder und realistische Farben. Ein Novum ist die drehbare DVD-Einheit. Während das Objektiv in Richtung Leinwand weist, kann die DVD-Einheit um bis zu 180 Grad gedreht werden. Zum Wechseln der DVD kann man also auch dann sitzen bleiben, wenn das Gerät schräg vor einem steht. Die vier Stereolautsprecher lassen sich so schwenken, dass sie ein optimales Klangerlebnis bieten. Außerdem liefert das Gerät auch in kleineren Räumen großes Kino. Für eine 1,50 Meter große Projektion reicht schon eine Entfernung von 1,80 Metern aus. Dabei muss der Projektor nicht einmal mittig stehen, um ein rechteckiges Bild zu erzeugen: Die Linse lässt sich dank einer Lens-Shift-Funktion sowohl horizontal als auch vertikal justieren. Zusätzlich lassen sich TV-Tuner und Set-Top-Box, Computer und Spielekonsolen für DivX-Filme in Kinoformat, Digicam und Camcorder an den Projektor anschließen.





Pioneers Shiro Kuro misst eine Bildschirmdiagonale von 127 cm bei voller 1.080p-Auflösung und besitzt neben einem analogen Tuner für TV-Empfang einen zusätzlichen DVB-T Tuner, einen USB 2.0 Eingang und 3 HDMI-Eingänge für weitere digitale Zuspieldgeräte.

besitzen neben einem analogen Tuner für TV-Empfang einen zusätzlichen DVB-T Tuner und 3 HDMI-Eingänge für weitere digitale Zuspieldgeräte. Dabei sorgt die für Blu-ray-Quellen optimierte 1.080/24p-Signalverarbeitung für beste Bildqualität. Ein USB-2.0 Eingang für Musik und Diashow sowie ein Ambient Light Sensor zur automatischen Anpassung der Bildparameter an die Lichtverhältnisse im Raum runden die Ausstattung ab.

Pioneer wird die Kuro-Serie in den kommenden Jahren weiterentwickeln und verbessern, um auch in Zukunft dem Premium-Anspruch der Marke gerecht zu werden. Mit dieser Entscheidung folgt Pioneer der globalen Entwicklung in der Unterhaltungsindustrie. Ziel ist es, das Plasma Business als Kernsegment des Unternehmens weiter auszubauen.

Aurea – Spiel mit dem Licht

Wie die anderen A-Marken-Hersteller hat auch Philips auf die veränderten Marktgegebenheiten reagiert. Die Holländer haben erkannt, dass die reine Bildqualität als Alleinstellungsmerkmal für zahlreiche Kunden nicht mehr genügt. Mit dem Flat TV Aurea hat Philips den Fernsehgeräten ein neues Gesicht gegeben. Ziel war es, ein Display zu schaffen, welches sowohl im ein- als auch im ausgeschalteten Zustand mit dem Wohnraum verschmilzt. Aurea schafft ein neues Seherlebnis, indem es die Grenze zwischen dem Bildschirm und der Bildschirmumgebung aufhebt. Sein Active Frame erzeugt zusammen mit Ambilight eine dynamische Beleuchtung rund um den Bildschirm. Zudem vereint er High Definition Bildqualität mit einem integrierten Soundsystem, bei dem die Lautsprecher unsichtbar bleiben. Philips Design war verantwortlich für die Gestaltung des Aurea-Dis-

plays. Eingeflossen in die Entwicklung sind Forschungsergebnisse, welche die Designer bei Verbraucherbefragungen ermittelt haben. Im Vordergrund stand für diese das Bedürfnis nach einem unaufdringlichen, schlichten Fernsehgerät, das dennoch hochwertig ist und sich auch in ausgeschaltetem Zustand in den Wohnraum integriert. Selbst wenn es eingeschaltet ist, sollte das Gerät zur Innengestaltung passen, aber gleichzeitig auch bestmögliche Kinoerlebnisse schaffen. Das war eine der größten Herausforderungen im Entstehungsprozess von Aurea.

„Die Menschen wünschen sich weniger aufdringliche Technik. Sie wollen sich lieber mit attraktiven



Mit seinem Active Frame verstärkt Philips Aurea die Effekte der Ambilight-Technologie. Das mit dem Bild korrespondierende Licht findet sich nicht nur an der Wand hinter dem Gerät, sondern auch auf dem Geräte Rahmen wieder. Philips setzt erstmals auf weiche, feminine Formen.

Dingen umgeben, die für sie eine persönliche Bedeutung haben oder dazu beitragen, die eigene Lebenswelt harmonischer zu gestalten“, sagt Stefano Marzano, CEO und Chief Creative Director von Philips Design.

„Aurea nimmt in seinem Design Merkmale der Wohnraumgestaltung auf, um damit sowohl im ein- als auch ausgeschalteten Zustand mit seiner Umgebung zu verschmelzen als auch durch sein raffiniertes Design zu einem Statussymbol zu avancieren.“

Bravia – wie ein Bild an der Wand

Ähnlich wie Philips hat sich auch Sony bei seiner Bravia E4000-Serie dazu entschlossen, die eingetretenen Pfade zu verlassen und Technik als Teil eines Wohnambientes zu verstehen. Dabei hat das Unternehmen die alte Idee vom Bild an der Wand aufgegriffen und mit modernster Technik alltagstauglich umgesetzt. Mit den neuen LCD-TVs zeigen die Japaner, dass ein Fernseher weit mehr sein kann als ein dunkler Fleck an der Wohnzimmerwand. Die 40 und 32 Zoll großen Full-HD-Modelle wirken optimal, wenn sie inmitten anderer Bilder an der Wand montiert werden. Das 26 Zoll HD-ready-Modell hingegen eignet sich für die Platzierung als Bilderrahmen, um jedes Möbelstück durch das persönliche Lieblingsbild aufzuwerten. Alle Modelle sind mit drehbaren Standfüßen ausgestattet.

Passend zu jeder Wohnungseinrichtung, ob modern oder traditionell, bietet Sony individuelle Rahmen in den vier Farben „Midnight Sky“, „Aluminium“, „Pearly White“ und „Dark Walnut“. Das Bilderrahmen-Design wird durch den neuen „Picture Frame Mode“ ergänzt, der es ermöglicht, zu jeder Zeit das zur jeweiligen Stimmung passende Bild zu zeigen. Der „Picture Frame Mode“ ver-

schnell und einfach per USB-Stick importieren.

Egal welche Signalquelle auch gewählt wird, ob analoges, digitales terrestrisches oder digitales Kabelfernsehen, DVDs, Blu-ray-Discs, Playstation 3-Spiele oder mit einer Handycam selbst erstellte HD-Filme, mittels der Bravia Engine 2 liefert das Gerät immer ein optimales Bild.

cher nahezubringen und ihn für den Kauf eines Gerätes zu begeistern. Einmal vorgeführt oder in den eigenen vier Wänden zu Hause vor Ort erlebt, möchte keiner mehr auf diesen Genuss verzichten. Auch die Vermietung von Projektoren für die Zeit der EM oder die Olympischen Spiele könnte zu einem lukrativen Geschäft werden. Investitionen von zirka 1.000,-



Die neuen LCD-Fernseher der Sony Bravia E4000-Serie in 40, 32 und 26 Zoll sind ein Kunst-Statement. Mit dem extravaganten Bilderrahmen-Design, den vier verschiedenen Rahmen-Farben und dem „Picture Frame Mode“ bereichern die neuen Displays jedes Wohnambiente.

Gleich ob Plasma-, LC-Display oder die Wiedergabe per Projektor, die kommenden Sportereignisse sind das ideale Umfeld, um HD-Großbild dem Endverbrau-

Euro Handelseinkaufspreis für einen entsprechenden Beamer lassen sich durch wöchentlichen Verleih schnell wieder refinanzieren.

POS-MAIL INHALT

Panasonic: Erste Digitalkamera mit Autofokus-Tracking ... 6



Kaon Media: HD-Festplattenreceiver für Kabel und Sat ... 6

LGE: Nach Restrukturierungsphase auf dem Weg nach vorne ... 7

Funai: Moderne Technologie zu bezahlbaren Preisen ... 10



Samsung: Crystal Design – eine Komposition aus Design und Technologie ... 12



Strong: Exklusive Innovationen im Sat-Bereich ... 14

Telering: Erfolg durch renditestarke Markenprodukte ... 14

Car-Multimedia wächst vor allem durch Navis und in den Nischen ... 16



Sony mit kompletter Wertschöpfungskette ... 24



Samsung IT-Business Produkte: „Bei Total-Cost-of-Ownership setzen wir Maßstäbe“ ... 27



Aktuell ... 4

Displays ... 8

Unterhaltungselektronik ... 11

Satellitentechnik ... 13

Navigation ... 15

Telekommunikation ... 21, 22, 23

Informationstechnologie ... 26, 28

MP3 ... 29

Games ... 30

Kleinanzeigen ... 31

No(?)sense ... 31

Impressum ... 31

PoS Aktuell

Oliver Kaltner verlässt Sony Deutschland

Oliver Kaltner (39), Marketing Director der Sony Deutschland GmbH, hat sich entschieden, das Unternehmen zu verlassen. Bis zur Benennung des Nachfolgers übernimmt Jeffry van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH, mit sofortiger Wirkung kommissarisch die Marketingleitung. Oliver Kaltner trat 2003 als Managing Director Sony Music Media GSA bei Sony Music Entertainment in den Konzern ein. Im März 2005 wurde Kaltner zum Divisional Director Marketing Consumer Electronics + IT, Prokurist und Mitglied des Management Boards der Sony Deutschland GmbH benannt. In dieser Funktion war er maßgeblich an der Restrukturierung des Unternehmens beteiligt. „Nach fünf ereignisreichen Jahren bei Sony habe ich mich entschlossen, das Unternehmen zu verlassen, um mich neuen beruflichen Herausforderungen zu widmen“, begründet Kaltner seinen Weggang.

www.sony.de



Oliver Kaltner

Philips Consumer Lifestyle unter neuer Leitung

Zum 1. Mai 2008 wird Henrik Köhler (50) die Leitung des Philips Unternehmensbereiches Consumer Lifestyle übernehmen und damit verantwortlich für das Geschäft mit Haushalts- und Unterhaltungselektronik-Produkten von Philips in Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) sein. Köhler, aktuell Vertriebsleiter bei Philips Consumer Lifestyle, folgt auf Ronald de Jong (40), der zukünftig als CEO Emerging Markets eine globale Verantwortung in der Healthcare-Sparte von Philips übernehmen und dafür wieder in sein Heimatland ziehen wird. In der neu geschaffenen Funktion ist er Mitglied des globalen Managementteams von Philips Healthcare und wird zuständig für das strategische Geschäft in den Wachstumsmärkten Lateinamerika, Russland, Indien und China.



Henrik Köhler

www.philips.de

Neue Unternehmensleitung bei Harman

Der General Manager der Harman Deutschland GmbH, Wolf-Rüdiger Hartmann, 61, zieht sich mit Wirkung zum 1. Juli 2008 aus dem operativen Geschäft des Unternehmens zurück. W.-R. Hartmann ist dem Harman-Konzern seit mehr als 25 Jahren eng verbunden. Seit 1997 leitete er erfolgreich als General Manager das für die Vertriebsgebiete Deutschland, Öster-



Christian-A. Müller

reich und Schweiz verantwortliche Unternehmen Harman Deutschland GmbH. An seine Stelle ist bereits zum 1. April 2008 Dipl.-Kfm. Christian-A. Müller, 42, getreten, der dem Unternehmen seit 1997 angehört und zuletzt als Verkaufsleiter des Verkaufsgebiets West tätig war.

www.harman-deutschland.de

Grundig Business Systems stärkt Vertrieb

Seit Anfang März ist Kirsten Gilden (40) neue Account Managerin. In dieser Position unterstützt sie den Fachhandel beim Vertrieb im juristischen Umfeld durch neue Vertriebs- und Marketingstrategien. Die gelernte Bankkauffrau war bereits in verschiedenen Unternehmen für Vertrieb, Kundenbetreuung und Akquisition tätig. Zuletzt als Account Managerin der RAMICRO Software GmbH, wo sie für den Vertrieb von professioneller Anwalts- und Kanzleisoftware verantwortlich zeichnete. Mit Hilfe seiner Fachhandelspartner möchte Grundig Business Systems den Kundenstamm im juristischen Umfeld weiter ausbauen.

www.grundig-gbs.com



Kirsten Gilden

Automotive-Products unter neuer Leitung

Garmin erweitert sein deutsches Vertriebsteam. Seit Januar leitet Kai Tutschke als Manager Sales Automotive Products den Vertrieb aller Garmin Automotive-Produkte. Ein Schwerpunkt seiner Aufgabe ist der gezielte Ausbau des Garmin Vertriebspartnernetzes in den Bereichen Retail-Partner, IT/Telekom, Distributoren, Mail Order/Online Shops und Car Accessory Dealer. Kai Tutschke verfügt über langjährige Vertriebserfahrung in verschiedenen Consumer-Electronic Segmenten u. a. als Vertriebsleiter bei Kodak. Bevor er zu Garmin kam, war er zwei Jahre bei Falk Marco Polo Interactive als Vertriebsdirektor DACH und BeNeLux für das Mobile Navigation Business verantwortlich (PND).



Kai Tutschke

www.garmin.de

David Gosen verstärkt Xbox Europa

David Gosen unterstützt seit dem 1. April das Team Interactive Entertainment Business EMEA als Vice President, Strategic Marketing. Gosen verfügt über mehr als 20 Jahre Berufserfahrung in der Spieleindustrie sowie bei Consumer- und Consumer-Technology-Marken in Europa. Fokus von Gosen wird es sein, die Verbreitung von Xbox 360 auf dem europäischen Markt weiter zu steigern. Gosen hat die Verantwortung in den Bereichen Kommunikationsstrategien und Marketing übernommen und darüber hinaus für das Xbox Live Geschäft in Europa. Gosen



berichtet an Chris Lewis, Vice President Interactive Entertainment Business EMEA. www.microsoft.de

Rosenberg jetzt Sales Director bei Sony

Florian Rosenberg (47) ist neuer Divisional Director Consumer Sales und Mitglied des Management Boards der Sony Deutschland GmbH. In seiner neuen Funktion verantwortet er die strategisch-operative Steuerung sämtlicher Vertriebskanäle sowie die Absatz-, Umsatz- und Distributionsplanung für den Bereich Consumer Electronics. Rosenberg ist seit Februar 2007 als Key Account Director bei Sony Deutschland tätig und bekleidete zuvor verschiedene Sales Funktionen bei Panasonic, zuletzt als Vertriebsleiter Central Sales.



Florian Rosenberg

www.sony.de

Standard für digitalen Kabelempfang

Kabel Deutschland, der Fachverband Consumer Electronics im ZVEI und die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) verständigten sich in einem Spitzengespräch über Grundzüge einer Endgerätestrategie auf der Basis offener Standards. In der nächsten Generation des Common Interface (CI Plus) lassen sich Module verwenden, die verschlüsselte Programme nach dem vom jeweiligen Netzbetreiber verwendeten Verfahren entschlüsseln. Diese Schnittstelle erfüllt dann gleichzeitig die Anforderungen des Gesetzgebers an den Jugendschutz und die Anforderungen der Inhalteanbieter an Kopierschutz. Die Industrie hat sich bereits auf die wichtigsten Spezifikationen dieser neuen Schnittstelle verständigt. „Wir rechnen damit, bereits im Rahmen der IFA 2008 erste Endgeräte auf der Basis des CI Plus vorstellen zu können“, kündigt Dr. Georg Lütke, Leiter AG Technik im Fachverband Consumer Electronics, an. Mit CI Plus zeichnet sich somit eine Ausgangsbasis ab, mit der endlich ein Standard für digitale Kabelboxen geschaffen werden kann.

www.gfu.de

Sanus-Demoboards – Displays mit System

Leistungsstarke Bildschirmhalterungen vom Wohnzimmer bis ins Büro: Dafür steht die Produktlinie von Sanus Systems. Um den Abverkauf im Laden zu fördern, stellen die Amerikaner ihren Händlern jetzt neue Displaywände zur Verfügung. Die neuen Displays präsentieren auf einer drei Meter langen Wand die gesamte Halterungsreihe für kleine, mittlere und große Flat-TVs. Für Händler mit wenig Platz gibt es die Verkaufsunterstützung mit einem Ein-Meter-Demoboard.

Beispielhaft für kleine, mittlere und große Flat-TVs sind Halterungen mit Plexiglasscheiben am Verkaufsdisplay montiert. Somit kann der Käufer die Eigenschaften der Wandhalterungen austesten und alle möglichen Bewegungen bereits vor Ort ausprobieren.

Zusätzlich lässt sich das Display als Leitfaden im Verkaufsgespräch nutzen, da es Schritt für Schritt die Produkte erklärt und gleichzeitig herausfindet, welche Wandhalterung für den Kunden in Frage kommt. In Deutschland sind die Demoboards ab sofort über Hama erhältlich. www.sanus.com

Smart: Von der Marke zum Unternehmen

Nach Jahren als erfolgreiche Digitalmarke des Unternehmens WELA electronic ist smart nun selbstständig. Unter den Geschäftsführern Christoph Hoeffler (34 Jahre) und Peter Löble (26 Jahre) wird die smart electronic GmbH mit Sitz in Sankt Georgen als eigenständiges Unternehmen weitergeführt. Erfolgreich ist smart vor allem dank seiner modernen und benutzerfreundlichen Digitalreceiver. Doch auch sein umfangreiches Portfolio an hochwertigem Zubehör zum Digitelempfang trägt zum guten Namen in der Branche bei.

www.smart-electronic.de

Kabel Deutschland mit Shop-in-Shop-System

Kabel Deutschland intensiviert die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel und bietet künftig ein exklusives Shop-in-Shop-System für Top-Handelspartner an. Das hochwertige System lässt sich individuell an die Räumlichkeiten des jeweiligen Vertriebspartners anpassen. Verschiedene Module schaffen dabei auf Verkaufsflächen von drei Quadratmetern bis zu acht Quadratmetern eine dichte Markenumgebung für Triple Play von Kabel Deutschland: Digitales Fernsehen, Internet und Telefonie über das TV-Kabel.

„Durch hohe Investitionen haben wir das TV-Kabel zur Breitband-Infrastruktur der Zukunft ausgebaut. Unsere Abonnements für Internet- und Telefonie haben wir innerhalb des vergangenen Jahres verdoppelt, und auch beim digitalen Fernsehen wachsen wir rasant“, führt Dr. Marc Mikulcik, Direktor Retail bei Kabel Deutschland, aus. „Gemeinsam mit dem Fachhandel werden wir dieses Wachstum nochmals beschleunigen. Bei der Erschließung dieses riesigen Marktes für Triple Play ist der Handel unverzichtbarer Partner, den wir mit allen Kräften unterstützen. So können unsere Fachhandelspartner mit der neu entwickelten Shop-in-Shop-Lösung sämtliche Produkte von Kabel Deutschland kundengerecht präsentieren.“

Als besonderen Service übernimmt der Triple-Play-Anbieter die Anlieferung und den Aufbau der einzelnen Module im Hightech-Design wie zum Beispiel des Präsentationsregals oder des Beratungs-Counters. Kabel Deutschland bietet seinen Partnern darüber hinaus ein neu konzipiertes umfangreiches PoS-Paket, das den Verkauf der digitalen TV-Angebote sowie von „Kabel Internet“ und „Kabel Phone“, etwa durch gemeinsame Werbe-Aktionen, fördert. Darüber hinaus führt Kabel Deutschland mit großen, umsatzstarken Händlern Vermarktungs-Events durch, die hohe Aufmerksamkeit beim Kunden generieren.

Das exklusive Shop-in-Shop-System von Kabel Deutschland bietet für Vertriebspartner einen weiteren Mehrwert: So können Fachhändler das durch die Triple-Play-Produkte geschaffene Hightech-Umfeld exzellent nutzen, um komplementäre Hardware wie WLAN Router, Digital Receiver, Telefone oder Flachbildfernseher zu präsentieren. Informationen zum Vertriebspartnerkonzept gibt es beim Partner Service Center Kabel Deutschlands unter 0180 20 20 102 oder im Internet.

www.kabeldeutschland.de/handel



Das neue Shop-in-Shop-System von Kabel Deutschland lässt sich individuell an die Räumlichkeiten des jeweiligen Vertriebspartners anpassen. Die unterschiedlichen Module sind für Größen von drei Quadratmetern bis zu acht Quadratmetern ausgelegt und machen Digitales Fernsehen, Internet und Telefonie über das TV-Kabel für den Kunden erlebbar.



Stellen Sie sich vor: Design und Funktion in Perfektion.

Das edle und außergewöhnliche „Crystal Design“ der neuen LCD TV Serie 6 wird jeden Designliebhaber in seinen Bann ziehen. Die Kombination einzigartiger Materialien erzeugt einen ungewöhnlichen Farbeffekt, der den Rahmen in immer anderem Licht erscheinen lässt. Neueste Spitzentechnologien wie Full HD für Bilder in höchstmöglicher Auflösung, Ultra Clear Panel für brillante Kontrastwerte, 4 HDMI™ Anschlüsse sowie Anynet+ lassen die Serie 6 auch von innen strahlen. Mit einem Samsung Full HD LCD TV ist eben alles vorstellbar. www.samsung.de



Panasonic: Erste Digitalkamera mit Autofokus-Tracking

Immer scharf im Blick

Mit seinen Digitalkameras möchte Panasonic den Anwendern mehr Spaß beim Fotografieren bieten. Vor allem für Schnappschüsse soll die Kamera möglichst viele Operationen eigenständig durchführen, die zu einem guten Bild verhelfen. Mit der Lumix DMC-FX500 bringt das Unternehmen das Topmodell der FX Lifestyle-Serie auf den Markt.

Die Lumix FX500 verbindet die hohe Auflösung von 10 Megapixeln mit dem lichtstarken Super-Weitwinkel-Zoom Leica DC Vario-Elmarit 2,8–5,9/25–125 mm. Der Bildwinkel von über 80 Grad der 25-mm-Brennweite erfasst bei gleicher Aufnahmeentfernung sehr viel mehr vom Motiv als die übliche 35-mm-Anfangsbrennweite der meisten Zoomkameras. Mit ihrer hohen Anfangslichtstärke von f/2,8 und dem ausgeprägten Weitwinkel eignet sich die FX500 besonders für Aufnahmen bei schlechten Lichtverhältnissen sowie Fotos in engen oder weiten Räumen.

Eine der wichtigsten Automatikfunktionen ist die Autofokus(AF)-Tracking-Funktion. Wurde der Autofokus auf ein Objekt fokussiert, verfolgt er dieses weiter, selbst wenn es seine

Position im Bild verändert, wie es etwa bei spielenden Kindern oder Tieren der Fall sein kann.

Durch die AF/AE-Nachverfolgung bleibt die richtige Einstellung erhalten, auch wenn sich das Motiv zwischen dem Moment des Erfassens und dem Auslösen noch bewegt. Bei manueller Belichtungswahl



dient ein virtueller Schieber zum Einstellen der gewünschten Zeit- und Blendenwerte. Das Quick AF-System verkürzt die Reaktionszeit beim

Fotografieren durch automatische Vor-Fokussierung schon vor dem Antippen des Auslösers, sobald die Kamera stillgehalten wird.

Zwei-Wege-Bedienung

Der 7,6 cm große LCD-Monitor hat eine Auflösung von 230.000 Bildpunkten und gibt Bilder detailgetreu wieder. Bei der neuen Lumix-Kamera ist das Display berührungsempfindlich ausgelegt. Im Zusammenspiel von Touchscreen- und Tasten-Steuerung entsteht so eine intuitive und schnelle Kamerabedienung.

Während alle Grundeinstellungen direkt mit den Tasten erfolgen, lassen sich weitergehende speziellere Einstellungen durch Antippen oder die Bewegung eines virtuellen Schiebers auf dem Monitor mittels Finger vornehmen. Um verschiedene Aufnahme-/Wiedergabemodi per Fingerdruck auszuwählen, muss vorher einfach nur die Modetaste betätigt werden.

Die Benutzeroberfläche der Menüs wurde speziell den Anforderungen der Touchscreen-Bedienung angepasst. Insgesamt stehen 20 Motivprogramme für



Die neue DMC-FX500 von Panasonic mit 10-Megapixel-Auflösung macht das Fotografieren dank ihres 7,6 cm großen berührungsempfindlichen Touchscreen-Monitors einfach und komfortabel. Das Leica DC Vario-Elmarit 2,8–5,9/25–125 mm bietet überdurchschnittlichen Weitwinkel-Spielraum.

fast alle möglichen Aufnahmesituationen zur Wahl.

Die automatische Regelung der Monitorbeleuchtung in elf Stufen sorgt für eine bestmögliche Lesbarkeit aller Displayinformationen unter den verschiedensten Umgebungsbedingungen. Verluste in der Detailzeichnung in Lichtern und Schatten bei Motiven mit zu großem Kontrast verhindert eine modifizierte Belichtungssteuerung. Dabei werden die unterschiedlichen Helligkeiten

im Bild analysiert und knapper belichtet, um für Durchzeichnung in den hellsten Bereichen, etwa von Wolken am Himmel, zu sorgen. Zugleich wird in dunklen Bereichen die Empfindlichkeit erhöht, um Unterbelichtung zu vermeiden und die Detailzeichnung sicherzustellen. Der 50 MByte große Speicher der FX500 bietet genügend Reserven für den Fall, dass die Speicherkarte voll ist.

www.panasonic.de

Kaon Media: HD-Festplattenreceiver für Kabel und Sat

Frühjahrsoffensive

Seit zwei Jahren vertreibt Kaon Media seine Satellitenreceiver in Deutschland. Pünktlich zur Fußball-Europameisterschaft bringt das Unternehmen jetzt neue Festplattenreceiver für High-Definition Fernsehen im Satelliten- und Kabelbereich.

Den Anfang macht Kaon Media mit dem KSC-3000 HDPVR, einem Twin HD-Sat-Receiver mit Festplatte. Dabei setzten die Koreaner auf ein zeitloses, schlichtes Design. Zur Ausstattung gehört neben dem Zweifach-Tuner für den Empfang digitaler Fernsehprogramme auch eine integrierte Festplatte mit einer Speicherkapazität von 250 GB in der Standardversion. Je nach Kundenwunsch kann das Speichermedium auf bis zu einem Tera-Byte aufgerüstet werden. „Wir haben uns für ein erweiterbares System entschie-

den, um allen Kundenwünschen gerecht zu werden“, so Uwe Press, Marketing- und Vertriebsdirektor der Kaon Media Deutschland GmbH.

Twin-Tuner integriert

Durch den integrierten Twin-Tuner hat der Anwender die Möglichkeit, zeitgleich ein Programm aufzuzeichnen und eine weitere Sendung direkt am Bildschirm zu verfolgen. Mit der „Time-Shift-Funktion“ kann während der laufenden Aufzeichnung gleichzeitig die Wiedergabe aktiviert werden. Der KSC-3000 HDPVR ist für den Empfang verschlüsselter Programme vorbereitet.

„Dank des Multi-Access-Konzepts können sowohl Free-to-Air (frei empfangbare) als auch Pay-TV-

Programme empfangen werden“, so Press. „Die für diesen Zweck integrierten Common Interface-Steckplätze dienen zur Aufnahme beliebiger Entschlüsselungsmodule.“ Neben analogen Komponentenausgängen (Y, Pb, Pr) verfügt der Receiver auch über eine digitale HDMI-Schnittstelle zum Anschluss an ein HDTV-fähiges Fernsehgerät oder einen entsprechend ausgestatteten Beamer.

„Die digitale Signalübertragung über den HDMI-Anschluss gewährleistet, dass ein angeschlossenes LCD- oder Plasma-TV-Gerät auch mit der vollen HD-Auflösung angesteuert werden kann“, bekräftigt Uwe Press. Der KSC-3000 HDPVR ist mit einem 800 Seiten umfassenden Videotext-Speicher



Uwe Press: „Mit den beiden neuen Receivern können unsere Händler jetzt auch hochwertige Geräte im HD-Bereich anbieten.“

tigt Uwe Press. Der KSC-3000 HDPVR ist mit einem 800 Seiten umfassenden Videotext-Speicher



Zur Ausstattung des KSC-3000 HDPVR gehört neben dem Zweifach-Tuner für den Satellitenempfang digitaler Fernsehprogramme auch eine integrierte Festplatte mit einer Speicherkapazität von 250 GByte, die sich je nach Kundenwunsch auf bis zu einem Terabyte aufrüsten lässt.

ausgestattet, der einen sehr schnellen Zugriff auf einzelne Informationstafeln gewährleistet. Damit lassen sich Nachrichten effizient aufrufen. Auch das Blättern in den Textseiten wird nicht zu einer zeitraubenden Angelegenheit, sondern geht zügig vonstatten.

Dimmbares Display

Die Anzeige des gewählten Programms übernimmt ein alphanumerisches Display mit Dimmfunktion. Über zwei zusätzliche USB-Anschluss-Ports ist der Receiver in der Lage, mit einem

PC oder einem anderen Datenträger zu kommunizieren. Echten Surround-Sound liefert der optische Dolby Digital Ausgang in Verbindung mit einer entsprechenden Heimkino-Anlage. Für den digitalen Kabelempfang in HD-Qualität wurde zusätzlich das Modell KCC-3000 HDPVR konzipiert, welches die gleichen Ausstattungsmerkmale aufweist wie die Sat-Version. „Beide Receiver“, führt Uwe Press aus, „sollen noch im April über den Fachhandel zu einem UVP von jeweils 599,- Euro angeboten werden.“

www.kaon.de

LGE: Nach Restrukturierungsphase auf dem Weg nach vorne

Zurück zu alter Stärke



LGs neues Full HD-Flaggschiff LG6000 wartet mit einer Tiefe von nur 79 Millimetern auf. TruMotion 100 Hz, ein dynamischer Kontrast von 50.000:1 sowie ein Intelligent Sensor sorgen für die richtige Bildwiedergabe. Mit den drei AV-Modus Cinema, Sports und Games lässt sich das Display per Tastendruck auf die Modi einstellen.

Nach einem turbulenten Jahr 2007 hat sich LG Electronics neu ausgerichtet. Mit Fokus auf Marketing, Vertrieb und Kundennähe startet das Unternehmen mit neuen Produkten in diesem Jahr durch und will zu alter Stärke zurückfinden. Die aktuellen LC- und Plasma-Displays zeigen, dass sich die Zeit der Restrukturierung bezahlt gemacht hat. Mehr denn je haben die Entwickler die Wünsche der Kunden umgesetzt, ohne die technischen Aspekte zu vernachlässigen.

Tatsächlich hat die Führungsmannschaft um den neuen CEO Young Nam eine andere Unternehmensphilosophie in die Company getragen. „Innerhalb unserer Branche wird viel zu viel über Bits und Bytes geredet und weniger über den Konsumenten“, so Luc Graré, Commercial Director LG Electronics Deutschland. „LG hat das erkannt und entwickelt sich weg von einem ingenieursgetriebenen hin zu einem verbraucherorientierten Unternehmen.“

Entgegen bisherigen Anläufen verfolgt man die Marschroute konsequent. Auf höchster Ebene getroffene Entscheidungen werden in jede Länderorganisation bis hin zu jedem Mitarbeiter kommuniziert und die dahinter stehenden Ziele verdeutlicht. Das Resultat ist ein einheitlicher Denkansatz bei allen Mitarbeitern. Entsprechend ist auch der Auftritt nach außen. „Wir erkennen die Bedürfnisse der Konsumenten und ziehen daraus in allen Bereichen die richtigen Schlüsse“, so Graré. „Die Basis für unsere neue strategische Marketingausrichtung aber sind unsere Handelspartner. Sie sind diejenigen, die unsere neue Philosophie zum Kunden tragen müssen.“

Wie ernst es LG ist, zeigt sich auch in der Personalstruktur. Sowohl auf globaler als auch Länderebene wurde Personal aus artfremden Branchen einge-

stellt. „Wenn es um die Vermarktung und den Vertrieb neuer Produkte geht“, so Luc Graré, „müssen wir uns an



Luc Graré: „Die Basis für unsere neue strategische Marketingausrichtung sind unsere Handelspartner im Kundenkontakt.“

anderen Branchen orientieren. Die Produktzyklen sind immer kürzer, und diesen Marktgegebenheiten müssen wir uns anpassen. Indem wir Leute einstellen, die es gewohnt sind, in anderen Zyklen zu denken, positioniert sich LG gegenüber dem Handel und den Endverbrauchern neu.“

Eine der wichtigsten Aufgaben ist derzeit, den Endkunden rechtzeitig zu erreichen. „In den seltensten

Fällen trifft der Kunde seine Kaufentscheidung erst im Laden“, weiß Graré. „Der größte Teil der potentiellen Käufer informiert sich bereits im Vorfeld per Zeitung, Internet oder durch Empfehlungen aus dem Bekanntenkreis.“ Laut internen Untersuchungen gehen etwa 40 Prozent in den Laden und wissen genau, was sie wollen. Rund 35 Prozent kommen in das Geschäft und sind zwar informiert, haben sich aber noch nicht für eine Marke oder ein spezielles Gerät entschieden. Nur maximal 25 Prozent der Kunden betreten ein Ladenlokal mit der Absicht, sich von Grund auf durch das Verkaufspersonal beraten zu lassen.

„Aus diesem Grund ist es wichtig, die Leute bereits während des Informationsprozesses zu erreichen und nicht erst dann, wenn sie sich bereits ent-

schieden haben“, bekräftigt Luc Graré. Mit seinem neuen LCD-Full HD-Flaggschiff LG6000 zeigt LG Electronics, wie man die neuen Ideen umsetzen möchte. Das Display wartet mit einem wohlproportionierten Rahmendesign und einer geringen Bautiefe von nur 79 Millimetern auf. Die tiefschwarze Rahmenleiste mit kreisrunder eingelassener Sensortaste im Zentrum mit stimmungsvoller Hintergrundbeleuchtung zieht auch ohne Fernsehprogramm die Blicke auf sich. Über den Expert-Modus lässt sich das TV-Bild über eine Feinjustierung exakt auf die persönlichen Sehgewohnheiten abstimmen. Unterstützend passt der Intelligent Sensor die Helligkeit, den Kontrast und die Farbwerte des Bildes automatisch an die Umgebungshelligkeit an. Zusätzliches Komfort bietet der AV-Modus, der auf einen Tastendruck Bild und Ton an die unterschiedlichen Anforderungen von Sportübertragungen, Spielfilmen und Computerspielen anpasst. Durch die HD-TruMotion 100-Hz-Technologie bleibt das Bild auch bei schnellen Bewegungen scharf, und die 24p TruCinema Technologie gibt Filme mit bis zu 120 Bildern pro Sekunde wieder.

Neuer Absatzschub

Auch bei den HDTV-Plasma-Displays bringt LG mit dem THX-zertifizierten PG6000 neueste Technik zum Kunden. Das rahmenlose System ist eines der ersten Geräte, das den branchenweiten Benchmark für Videobild-Qualität erfüllt. Mit einem Kontrastverhältnis von 30.000:1 nimmt der PG6000 eine Spitzenposition auf dem TV-Markt ein. Die Fluid Motion Technologie hat mit einer Bildwiederholungsfrequenz von über 100 Hz großen Anteil an der guten Bildwiedergabequalität. Vier HDMI- und USB 2.0-Anschlüsse machen den PG6000 darüber hinaus zum Multimedia-Display für verschiedenste Anforderungen.

„Die Olympischen Sommerspiele und die Fußball-EM werden für einen weiteren Schub beim Absatz von Plasma- und LCD-Fernseher sorgen“, ist sich Luc Graré sicher. „Viele bisher unentschlossene Kunden sind inzwischen von der außergewöhnlichen Bild- und Tonqualität digitaler TV-Systeme wie dem PG6000 überzeugt, dessen technologischer Vorsprung jedes Fernsehereignis aufwertet. Die zunehmende Digitalisierung hat die europäischen Verbraucher für die neuen Produkte sensibilisiert. Es entsteht ein Bewusstsein für die rasante Entwicklung der Fernsehertechnologie, die in den letzten fünf Jahren signifikante Sprünge vollzogen hat.“

www.lge.de

PROIN

Multimedia-Installation für Ihr Haus



Weltneuheit

**Der erste lötfreie
HDMI-Stecker
zur Selbstmontage!**

OEHLBACH®

www.kabelkonfigurator.com E-mail: info@oehlbach.de

oehlbach.de

OEHLBACH® Kabel GmbH | Industriestraße 8 | D-76297 Stutensee
Tel.: +49 72 49 / 94 64 - 0 | Fax: +49 72 49 / 94 64 - 33

DISPLAY



Taiwan und Korea wichtigste Quelle für Sony TV-Panels

Wie Sony Präsident Chubachi bekräftigt hat, werden Taiwan und Korea vorerst weiterhin die wichtigsten Lieferländer für LCD-Panels zur Herstellung von Sony Flach-TV-Geräten bleiben. Trotz der zwischen Sony und Sharp getroffenen Vereinbarung über den gemeinsamen Bau einer LCD-Panel Fabrik der 10. Generation werden Panels für Bravia TV-Geräte auch in diesem Jahr überwiegend von S-LCD, dem Gemeinschaftsunternehmen von Samsung und Sony, und mehreren in Taiwan beheimateten Panel-Herstellern geliefert. Chubachi wies darauf hin, dass die zusammen mit Sharp errichtete 10G Herstellungs-Anlage frühestens im Verlauf des Jahres 2009 mit der Produktion von LCD-Panels beginnen werde. Für 2008 hat Sony sich einen Anteil von 15–20% am weltweiten Markt für LCD-TV-Geräte zum Ziel gesetzt. Der Weltmarkt wird nach Schätzungen von Marktbeobachtern etwa 100 Millionen Stück erreichen. Chubachi lehnte es ab, genaue Zahlen über Sonys Panel-Einkäufe zu nennen. Wie der Sony Präsident erklärte, haben die Lieferungen von LCD-Panels aus Taiwan im Jahr 2007 um 10–20% zugenommen, und auch 2008 rechne man mit einem weiteren Anstieg der Panel-Lieferungen aus Taiwan. Diese Erklärungen gab Chubachi während der jährlichen in Taiwan abgehaltenen „Sony Fair“ ab, auf der das japanische Unternehmen im fünften Jahr in Folge seine Produkte ausstellte und das Konzern-Image pflegte.

AUO weist Meldung über Verlust von Sony Aufträgen zurück

AU Optronics (AUO) hat einen Bericht der chinesischsprachigen taiwanesischen Zeitung „Commercial Times“ dementiert, dem zufolge Sony einen Teil seiner Aufträge zur Lieferung von LCD-Panels von dem in Taiwan beheimateten Hersteller auf den japanischen Mitbewerber Sharp verlagern will. In einem offiziellen Statement gegenüber der Taiwan Stock Exchange (TSE) bekräftigte AUO, dass die Aufträge seines wichtigsten Kunden stabil und ungemindert weiterbestehen. Anderslautende Meldungen seien unwahr. Die „Commercial Times“ hatte berichtet, dass Sony einen Teil der bisher von AUO gelieferten Panels in den Größen 32- 37- und 42-Zoll zukünftig von Sharps 8G Fertigungslinie beziehen werde. An Taiwans Börse war daraufhin der Aktienkurs von AUO im Gegensatz zu der allgemeinen Aufwärtsbewegung gefallen, weil Investoren in Erwartung von zurückgehenden

Sony-Aufträgen AUO Anteile zum Kauf angeboten hatten.

Sony: 2008 mehr als 5 Mio TV-Panels von Taiwan

Taiwans LCD-Panel Industrie wächst beständig. Sony pflegt und festigt seine Beziehungen zu den in Taiwan beheimateten Panel-Herstellern mit Unterstützung seines neu errichteten Logistic-Centers, berichtet die „Economic Daily News“ in einer Reportage. Auf der dem chinesischen Festland vorgelagerten Insel hat sich rund um die Fabrikation von LCD-Panels eine umfangreiche Kette prosperierender Industrie-Unternehmen entwickelt. Deshalb wird die Intensivierung der Beziehungen zu Sony allgemein begrüßt. Das neueste und dritte globale Logistic Center hat Sony in der taiwanesischen Stadt Taichung etabliert, dem Firmensitz zahlreicher LCD-Panel Produzenten, OEMs und Komponenten-Hersteller. In Taichung befindet sich unter anderem auch das Export-Center des lokal ansässigen Herstellers AU Optronics (AUO). Das neue Sony Logistic-Center ist eng mit den beiden anderen Logistic-Basen des japanischen Konzerns in Korea und Shanghai verbunden. Gemeinsam organisieren die drei Einrichtungen die Beschaffung und den termingerechten Transport von hochqualitativen TV-LCD-Panels für die Versorgung der Sony TV-Produktionen in Japan, China, den USA, und Europa.

Die Notwendigkeit zur Errichtung eines Logistic-Centers in Taiwan ergab sich für Sony im vergangenen Jahr, als der weltweite Absatz von Sony Bravia LCD-TV-Geräten stark zunahm und die gemeinsam mit Samsung betriebene Fertigungslinie in Korea den Panel-Bedarf des japanischen Elektronik-Konzerns nicht mehr alleine abdecken konnte.

Taiwans Industrie-Qualität, der Stand seiner Technologie und die Output-Zahlen haben inzwischen High Level erreicht, hoch willkommen heißen von Sony, merkt der Report der „Economic Daily News“ an. Wie Takashi Fukuda, Präsident Sony TV Business Group, betonte, will Sony mit dem Logistic Center die

Zusammenarbeit mit Geschäftspartnern in Taiwan fördern und seine Wettbewerbsfähigkeit auf den internationalen Märkten verstärken, um auf diese Weise für alle beteiligten Unternehmen eine Win-Win Situation herbeizuführen. Schon bisher fiel Taiwan mit der Lieferung von 30% aller bei Sony verarbeiteten LCD-Panels bei der Produktion von Bravia TVs eine Schlüsselrolle zu. Selbst der Newcomer „Wistron“ im TV-Geschäft, der als OEM Sonys Bravia „U-Serie“ bedient, beziffert seine Lieferungen im vergangenen Fiscal-Jahr auf mehr als 1 Million Stück und berichtete gegenüber der „EDN“ über eine weiterhin positive Auftrags-Entwicklung. Im Jahr 2008 sollen die Panel-Lieferungen aus Taiwan mit 5,5 Millionen Stück ein neues Rekord-Hoch erreichen. Den größten Teil der Auftragsvergaben erhielten die Hersteller AUO und Chi Mei Optoelectronics.

NEU

- > FULL HD ab 32 Zoll
- > Lichtsensor
- > Game/PC Modus
- > 3 x HDMI™

REGZA

**> TOSHIBA XV-SERIE:
FULL HD UND VOLL AUSGESTATTET**

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

LED-Bedarf von AUO wächst stark bis 2012

Nach einer Pressemitteilung des in Taiwan ansässigen LCD-Panel-Herstellers AUO über die Einrichtung eines „LED Project Office“ unter der Leitung von AUO Senior Vice President Dr. David Su mehrten sich die Anzeichen über eine eigene (In House) LED-Produktion bei AUO: Mehrere chinesischsprachige Zeitungen hatten über Bestellungen von „Metal-Organic Chemical Vapor Deposition“ (MOCVD) Anlagen durch AUO berichtet, wobei die genannte Stückzahl der angeblich bestellten Einheiten zwischen fünf bis zu hundert Stück variierte. AUO dementierte gegenüber dem Marktbeobachter Digitimes die Bestellung von 100 Stück MOCVD-Anlagen und stellte richtig, dass der Panel-Hersteller niemals eine Anzahl der geplanten MOCVD-Anlagen Einkäufe genannt habe. AUO betonte, man befände sich bei der Implementierung von LEDs in Backlight-Units von LCD-Panels noch auf den ersten Stationen der zukunftsträchtigen Entwicklung. AUO ist der wichtigste Produzent von Small to Medium Size Panels, die derzeit der Haupt-Einsatzbereich für LED-basierte Backlight-Units sind. AUO hat bereits zu einem früheren Zeitpunkt den Anteil der Notebook-Displays mit LED-Backlights für das laufende Jahr auf 10% geschätzt. Aktuell sind etwa

5–6% aller von AUO hergestellten Panels mit LED Backlight Units (BLUs) ausgestattet, gab Paul (Shuang-Lang) Peng, Senior VP und General Manager IT Display Business Group, bekannt. „Wir beabsichtigen in diesem Jahr bei unseren Produkten den Anteil der LED-basierten Backlights auf 20% zu steigern und damit den 10 Prozent Anteil der übrigen Panel-Industrie weit zu übertreffen“, führte Peng im Detail aus. Als weltweit drittgrößter Notebook-Panel-Hersteller produziert AUO monatlich 2,5 bis 2,7 Millionen Notebook-Panels. Noch gewichtiger ist die Aussage von AUO, dass im Jahr 2012 alle von AUO produzierten Notebook Panels mit quecksilberfreien LED-Backlight-Units ausgestattet sein werden. Wie Digitimes Research prognostiziert, wird der weltweite Notebook-Absatz im Jahr 2012 bei 250 Millionen Stück liegen, von denen 75% mit LED-BLUs ausgestattet sein werden. AUOs Anteil am globalen Notebook-Markt wird

dann von 23% in 2007 auf 28% in 2012 angewachsen sein. Für jedes Notebook LED-BLU sind nach Aussage eines LED-Spezialisten rund 45 Light Emitting Diodes (LED's) erforderlich. AUO wird deshalb mehrere hundert Millionen LED-Chips pro Jahr benötigen, schätzt der LED-Experte.

AUO plant Bau einer LED-Fabrik

AU Optronics (AUO) hat Meldungen über den baldigen Bau einer eigenen Fabrik zur Produktion von LEDs offiziell bestätigt. Wie der taiwanesischer Panel-Hersteller mitteilt, soll die neue LED-Fabrik in Hsinchu, Taiwan, errichtet werden. Der Beginn der Bauarbeiten stehe unmittelbar bevor. Mitarbeiter der Hsinchu Science Park Verwaltung teilten auf Anfrage mit, AUO habe sich für die geplanten Baumaßnahmen ein 2 Hektar großes Grundstück reservieren lassen, aber noch keine Angaben über den Zweck der geplanten Fertigungsanlage gemacht. Die Überprüfung und Genehmigung der Baumaßnahmen könne binnen Monatsfrist erfolgen. Wie aus Industrie-Quellen verlautbart, möchte AUO noch im April mit dem Bau der Anlage beginnen. Die geplante LED-Fabrik soll sämtliche Produktionsschritte von der Herstellung der Wafer bis zu den fertigen LED-Chips umfassen. Der Produktionsbeginn ist für Ende 2008 oder Frühjahr 2009 geplant. Das Projekt wird geleitet von David Su, Senior Vice President AUO.

20% mehr LED-Backlights

2008 wird sich der Bedarf an Backlight-Units mit LED-Lichtquellen für den Einsatz in Small to Medium Size Panels für Low-Cost PCs, Digitale Bilderrahmen und ähnliche Anwendungen wahrscheinlich um 20–30% erhöhen, verlautbart aus Industriekreisen in Taiwan. Die Kosten für eine LED-basierte Hintergrundbeleuch-

tung sind bei kleinen bis mittelgroßen LCD-Panels etwa gleich groß, wie für Hintergrundbeleuchtungen mit Kaltkathoden-Fluoreszenz-Lampen (CCFL), versichern die taiwanesischen Backlight-Hersteller Everlight und Unity Opto. Bei 2,5-Zoll bis 7-Zoll großen Panels soll der Anteil der LED-Backlights von 53 Prozent in 2007 auf 75–80 Prozent in 2008 steigen. Als Lichtquelle eines typischen 7-Zoll Displays reichen 15–20 LEDs aus. LCD-Panel Hersteller wie Hannstar Display und Chunghwa Picture Tubes (CPT) werden deshalb im laufenden Jahr einen Bedarf von jeweils 400 bis 500 Millionen LEDs haben. Die LED-Industrie rechnet 2008 mit einem 20prozentigen Preiserückgang bei LEDs für den Einsatz in Panel-Backlights. Erhebliche Ausweitungen der Produktionskapazität und eine deutliche Erhöhung der prozentualen Ausbeute an fehlerfreien LED-Chips dürften den geringeren Stückpreis mehr als kompensieren.

LG Display liefert iPod Panels an Apple

Beginnend mit der zweiten Jahreshälfte 2008 wird der koreanische Hersteller LG Display an Apple Small to Medium Size Panels für den iPod liefern. Das vereinbarte Auftragsvolumen sieht die Lieferung von monatlich 1 Million LCD-Panels vor. Das koreanische Unternehmen liefert an Apple bereits LCD-Panels für Notebooks und PCs.

Panasonic entwickelt Portable Plasma Displays

Panasonic hat ein handliches, portables Plasma-Display entwickelt, das erstmals im Rahmen des neuartigen von AT&T angebotenen mobilen TV-Services eingesetzt werden soll. Das kleine Plasma-Display soll wahrscheinlich mit OLED-Displays konkurrieren. Es ermöglicht eine längere netzunabhängige Laufzeit der Mobilphone-Akkus beim Betrachten von digitalen Fotos und Videos und ist für zahlreiche weitere Anwendungen geeignet, bei denen ein schmales und helles Display benötigt wird. Typische Anwendungen sind Verkaufsautomaten, Gas-pumpen, MP3 Player und Digitale Bilderrahmen, erklärt Panasonic.

Corning Glass eröffnet Fabrik in China

Corning Inc., führender Hersteller von Grundmaterialien für die Produktion von Muttergläsern (Glass sheets) zur Herstellung von LG-Displays, hat eine in Beijing, China, errichtete Produktionsanlage eröffnet. Aufgabe der neuen Fabrik ist das Back-End Prozessing von Glass Substraten für die Herstellung von LCD/TFT-Panels. In einem Interview mit Reuters erklärte James Clappin, Chairman der Corning Display Technology Division: „Unsere neue Fabrik in China hat die Aufgabe den stark zunehmenden Bedarf in China ansässiger LCD-Panel Hersteller zu decken. Außerdem planen wir, zu einem geeigneten Zeitpunkt mit dem Bau einer weiteren Fabrik für das Front-End Prozessing zu beginnen.“ Corning betreibt in China bereits Fabriken zur Herstellung von verschiedenen optischen Erzeugnissen und zur Produktion von Glasfaser-Kabeln.

LCD Panel Preise, Vergleich März / April 2008 (in US\$)

Anwendung	Größe	Auflösung	März 2008	April 2008	Differenz
Monitor	17	SXGA	120	121	1
Monitor	19W	WXGA+	122	125	3
Monitor	19	SXGA	138	141	3
Monitor	20W	WSXGA	138	140	2
Notebook	15.4W	WXGA	97	98	1
TV	32	WXGA	330	328	-2
TV	42	WXGA	532	522	-10
TV	46	Full HD	765	755	-10

Quelle: DisplaySearch, erstellt von Digitimes, April 2008 (* in US\$)

AN DIE GRENZEN GEHEN



Offizieller Premium-Partner der
deutschen Fußball-Nationalmannschaft
und des Deutschen Fußball-Bundes



ERWEITERN SIE DIE GRENZEN DES MÖGLICHEN – MIT DEM NEUEN,
DESIGNPREIS-GEKRÖNTEN PG6000 PLASMA TV VON LG.

RAHMENLOS ELEGANT SEIN INNOVATIVER SCREEN
ABSOLUT TONANGEBEND DIE VERDECKTEN LAUTSPRECHER
SICHTBAR BRILLANT DIE 100 HZ HD READY-TECHNOLOGIE

WWW.ANDIEGRENZENGEHEN.DE



PLASMA TV

**So innovativ
wie immer.**

**Die wichtigste Messe für
Consumer Electronics.**



Die IFA ist die wichtigste Ordermesse der CE-Industrie. Auf diesem einzigartigen Business-Event präsentieren sich alle bedeutenden Marken der Consumer Electronics. Treffen Sie wichtige Entscheidungen für Ihr Saisongeschäft und verschaffen Sie sich einen Überblick über die neuesten Produkte und Trends.

Berlin, 29. August – 3. September 2008

Funai: Moderne Technologie zu bezahlbaren Preisen

Displays am Puls der Zeit

Mit seinen hauseigenen Produktionskapazitäten ist Funai in der Lage, schnell auf die sich ständig wechselnden Anforderungen seitens der Kunden zu reagieren. Ziel ist es, innovative und qualitativ hochwertige Geräte zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis auf den Markt zu bringen.

Ein Beispiel hierfür ist das in Kürze erhältliche 19-Zoll-LC-Display, welches bereits im Vorfeld regen Zuspruch erfahren hat. „Wie das rege Interesse des Fachhandels zeigt, haben wir mit unserem neuen 19-Zoll HD-Ready-Zuwachs den Puls der Zeit getroffen“, freut sich Frank B. McDowell, General Manager – Business Unit Germany, FUNAI Europe GmbH. „Sei es mit der neuen Größe, die sich hervorragend als Zweitgerät für Küche, Bad und Arbeitszimmer eignet, oder auch mit den Trendfarben Schwarz und Weiß. Das Gerät wird Mitte Mai zum günstigen Preis von 349,- Euro (UVP) im Fachhandel erhältlich sein und sorgt bereits jetzt für große Nachfrage.“

Für das Unternehmen ist die Einführung des 19-Zöllers der Startschuss für eine Produktoffensive im Jahr 2008. „Auf der IFA 2007 hatten wir bereits den Prototyp eines 42-Zoll-LCD präsentiert“, ergänzt Mc-



Frank B. McDowell: „Wir setzen Zeichen, was das Preis-/Leistungsverhältnis angeht und ermöglichen Technik auch für den schmalen Geldbeutel.“



Der 19-Zoll LCD-TV LT6-M19WB kommt bei Handel und Verbrauchern gut an. Aufgrund seiner Größe eignet sich das Display hervorragend als Zweitgerät für Küche, Bad- und Arbeitszimmer. Zum Jahresendgeschäft wird ein größerer Bruder im 42"-Format folgen, wobei auch dieser ein sehr gutes Preis-/Leistungsverhältnis haben soll.

Dowell. „Dieser wurde überarbeitet und wird voraussichtlich ab August/September 2008 im Handel erhältlich sein. Auch hier dürfen sich Handel und Endkonsumenten überraschen lassen. Funai kommt nicht nur mit einer vollkommen neuen Größe, son-

dern auch mit einem brandneuen Design, das sich sehen lassen kann“, ist der Manager überzeugt. Allerdings wird sich Funai nicht auf den Display-Sektor beschränken. „Bereits heute ist sicher, dass wir auf der diesjährigen IFA einen Blu-ray Player unter 300 Euro zeigen werden, der sich bereits in den USA sehr erfolgreich verkauft“, bekräftigt Frank B. McDowell. „Wir setzen einmal mehr Zeichen, was das Preis-/Leistungsverhältnis angeht und

ermöglichen Technik auch für den schmalen Geldbeutel. Mehr dazu wird man auf der IFA 2008 sehen.“

In Asien und den USA gehört Funai bereits seit längerem zu den ganz großen Playern. Entsprechend ambitioniert sind auch die Pläne in Europa. Um hier den Durchbruch zu erzielen, gehen die Japaner unterschiedliche Kooperationen ein, wie der jüngste Schulterschluss mit Philips zeigt. „Wir verkaufen moderne Technologie zu bezahlbaren Preisen, und das wird am Markt honoriert – auch am europäischen“, freut sich McDowell. „Wir ruhen uns aber nicht auf den Lorbeeren der Vergangenheit aus, sondern arbeiten hart und kontinuierlich an unserer Entwicklung. Durch Kooperationen, wie ganz aktuell mit JVC und Philips, öffnen wir uns und unseren Kunden immer neue Türen und sind zum richtigen Zeitpunkt, mit den richtigen Produkten und Preisen, immer am richtigen Ort.“ www.funai.de

Sagem: Aufbau neuer Standbeine

Design auf dem Vormarsch

Nach dem Aufbau einer Zwei-Marken-Strategie mit Grundig DECT-Geräten steht Sagem mit seinem Portfolio gut im Markt. Jetzt legen die Franzosen mit neuen Geräten nach und wollen ihre Position ausbauen.

Ein Vorteil für Sagem liegt in der hohen Produktzuverlässigkeit, was bei den zahlreichen am Markt befindlichen Billigproduktionen eine große Rolle spielt. „Wir sind der einzige Anbieter in Deutschland, der zwei Jahre vor Ort Austauschservice bietet“, so Michael Schnurbusch, Geschäftsführer Sagem Deutschland. „Es ist wichtig für den Handel, dass die Geräte wenig Rückläufe erzeugen. Dies gilt auch für Einstiegsgeräte. Das Sagem

D10T zum Beispiel wird in großen Stückzahlen verkauft und hat fast keine Rückläufe. Sollte dennoch einmal ein Gerät nicht in Ordnung sein, wird es kompromisslos beim Kunden vor Ort ausgetauscht.“

Obgleich sich einige Hersteller etabliert haben, will Sagem seine Marktanteile in Deutschland weiter ausbauen. „Es kristallisiert sich heraus, dass der Markt zu 70 oder 80 Prozent zementiert ist“, weiß Schnurbusch. „In letzter Konsequenz geht es darum, sich von den restlichen 20 Prozent ein gutes Stück abzuschneiden. Da haben wir gute Chancen, da wir eine A-

und eine B-Marke haben. Hinzu kommt, dass wir mit Grundig auf das Thema Design ohne Aufpreis setzen.“ Da der Trend zum Design auch im Telefonsektor immer mehr zunimmt, hat man auch im Handel größere Chancen. „Mit dem Illion haben wir einen Rausverkaufsanteil von 2 Prozent, und damit sind wir auf dem richtigen Weg“, so Michael Schnurbusch. „Jetzt kommt die zweite Stufe mit dem Illion light, einem DECT-Telefon mit monochromem Display in der Preisklasse bis 40,- Euro. Die Geräte sind extrem stromsparend, und mit einer Variante in Rot kommt auch wieder Farbe ins Spiel. Die neuen Telefone kommen im Juli in den Handel, und parallel wird mit dem „Selio“ noch ein Einstiegsgerät für 29,95 Euro in den Markt eingeführt.“



Michael Schnurbusch: „Mit unseren DECT-Telefonen verkauft der Handel ausfallsichere Geräte, die kaum Rückläufe erzeugen.“

www.sagem.de



UE

Vision 6 von Grundig

Die neuen Displays der Serie Vision 6 sind als DVB-T-Variante in den Größen 32 und 37 Zoll sowohl in Hochglanz-Schwarz als auch in Hochglanz-Weiß erhältlich. Der Vision 6 ist für analogen sowie auch für digitalen Empfang ausgelegt und deckt über den integrierten DVB-T-Receiver die Empfangsarten ab, die in Europa am weitesten verbreitet sind.

Der Vision 6 verfügt über ein kontraststarkes WXGA-Panel mit einer Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln (HD ready). Die DVB-T-Varianten – erkennbar am T hinter der Produktbezeichnung – verfügen über



einen EPG mit Now/Next-Funktionalität sowie über Speicherplatz für 899 TV- und Radioprogramme. Die Sendersuche und -sortierung kann automatisch oder manuell erfolgen. Neben zwei HDMI-Anschlüssen verfügt der LCD-TV über S-Video-, Camera-AV-, YUV-, PC- und SPDIF-Anschlüsse. Die Soundwiedergabe erfolgt über zwei Breitband-Lautsprecher mit Dynamic Bass-Funktion und jeweils 20 Watt Musikleistung.

www.grundig.de

Energy Saver von One For All

Die meisten Audio- und Videogeräte verbrauchen auch im Standby-Modus wertvolle Energie. Ein Privathaushalt, dessen Grundausstattung an elektronischen Geräten für das Heimkino heutzutage aus mindestens einem Fernseher, DVD Player, Receiver, Spielekonsole und HiFi-Anlage besteht, verbraucht im Standby-Modus dieser Geräte jährlich etwa 483 kWh Strom. Bei den aktuellen Strompreisen von 21 Cent je Kilowattstunde ergibt das rund 100,- Euro im Jahr, die unnötig verbraucht werden.

Mit der neuen Energy-Saver-Universalfernbedienung von One For All wird die Stromversorgung aller angeschlossenen Geräte mit einem Knopfdruck unterbrochen. Der zum Lieferumfang gehörende Ein-/Ausschalter für die Steckdose sorgt für eine vollständige Trennung der angeschlossenen Geräte vom Stromnetz.

Für ihren Einsatz muss die Energy-Saver-Fernbedienung nur mit den entsprechenden AV-Geräten „bekannt“ gemacht werden sowie der Ein-/Ausschalter für die Steckdose für die Steuerung mit der Energy Saver programmiert werden. Mit einem Klick auf den „grünen Knopf“ der Energy Saver können dann alle AV-Geräte deaktiviert werden. Mit der Energy-Saver-



Universalfernbedienung können bis zu vier AV-Geräte wie TV (Plasma, LCD und Beamer), DVD Player, Sat/Kabel/Video und Surround Sound Audio gesteuert werden. Aber nicht nur diese Geräte, sondern auch alle Lampen im Haus können durch die One For All Light Control ein- und ausgeschaltet werden. Eine Erweiterung durch zusätzliche One For All Power-Plugs ist jederzeit möglich.

www.oneforall.de

Sony-Heimkino ohne sichtbare Lautsprecher

Die neuen Bravia Theatre Systeme RHT-G900 und -G1500 geben dem Heimkino ein völlig neues Gesicht. Alle Aggregate – ob Verstärker, Lautsprecher oder Kabel – bleiben in einem einzigen, hochwertigen TV-Rack verborgen. Zusätzlich sorgen die beiden TV-Rack-Soundsysteme RHT-G900 und -G1500 für Ordnung, bieten sie beispielsweise dem Bravia TV-Gerät (40 bis 52 Zoll) ebenso Platz wie einem DVD- oder Blu-ray-Spieler und/oder der Playstation 3. Werden nur Sony-Produkte eingesetzt, lassen sich diese via Bravia Sync mit einer Fernbedienung steuern. Es genügt, den Play-Knopf auf dem Sony Player zu drücken, um das gesamte Bild- und Soundsystem zu aktivieren. Da auch alle Kabel gut verwahrt dem Auge verborgen bleiben, findet die Harmonie der Technik ihre Entsprechung in der Harmonie der Optik. Zusätzlich können ein Sony Walkman, andere digitale Musikplayer oder auch jedes Notebook über einen



optionalen Digital Media Port angeschlossen werden. Die RHT-G900 und -G1500 verwandeln sich hierdurch in eine vollwertige Stereoanlage. Ein UKW-Radio ist in beiden Systemen eingebaut.

Das Bravia Theatre RHT-G900 besitzt drei HDMI-Eingänge. Bildparameter wie 1080p, 24p True Cinema und x.v.Colour werden problemlos übertragen. Den Kinound gibt das RHT-G900 über sein verborgenes 5.1-Audiosystem aus, das eine Gesamtleistung von 470 Watt bietet. Für jeden der fünf Surround-Kanäle ist ein eigener Verstärker und Lautsprecher vorhanden, die komplett im Korpus des Systems integriert sind. Alle werden von Sonys digitalem 32-Bit-S-Master-Verstär-



ker einzeln angesteuert, der jedes gängige Tonformat aufbereitet.

Das RHT-G1500 verfügt über alle technischen Eigenschaften des RHT-G900, bietet aber noch größeren TV-Geräten mit Bildschirmdiagonalen von 46 bis 52 Zoll Platz. Das RHT-GT900 ist ab Mai zum Preis 999,- Euro im Handel und das RHT-G1500 kostet 1.599,- Euro.

www.sony.de

Freecom:

Entertainment-Profi

Freecom's neuer Network MediaPlayer-450 W-LAN ist der Schlüssel zu unbegrenztem Home Entertainment. Filme, Musik und Foto lassen sich direkt vom PC in HD-Qualität auf dem Display abspielen. Die Bedienung erfolgt per On-Screen-Display über den Fernseher. Der MediaPlayer kann per W-LAN oder LAN auf Medien-daten von PCs, Notebooks oder NAS-Speichern in einem Netzwerk zugreifen. Über die integrierte USB-Schnittstelle (Host) lassen sich externe USB-Speicher anschließen und deren Inhalte im Wohnzimmer abspielen. Mit bis zu 1 TB Speicherkapazität eignet sich das Gerät auch als Archiv für die komplette Multimedia-Sammlung. Selbstverständlich ist es genauso gut für Backups einsetzbar. Der Freecom Network MediaPlayer-450 W-LAN ist sowohl ohne Festplatte als auch mit Festplatte erhältlich. www.freecom.de

Personal Multimedia Player von Polaroid

Mit dem portablen Multimedia Player MPU-43315 von Polaroid können Multimedia-Dateien überall abgespielt werden. Der Music Player für MP3-, WMA- und AAC-Dateien verfügt über ein 4,3-Zoll-LCD-Breitbild-Display mit einer Auflösung von 480 x 272 Pixeln, Video- und Fotowiedergabe sowie einen UKW-Radioempfänger. Dank einer Speicherkapazität von bis zu 60 GB kann man auf bis zu 15.000 Songs, 10.000 Fotos oder 80 Stunden Filme, TV-Sendungen und Musikvideos zugreifen. Ein austauschbarer Lithium-Ion-Akku sorgt für bis zu 16 Stunden Audiowiedergabe und bis zu vier Stunden Videowiedergabe. Die USB-2-Highspeed-Schnittstelle ermöglicht das Aufladen an Computer oder Laptop. Der Personal Multimedia Player setzt einen Mac mit USB 2.0-Anschluss, Mac OS X v10.4.8 oder neuer voraus. Windows PCs sollten



über einen USB 2.0-Anschluss und Windows Vista oder Windows XP Home verfügen. Polaroid empfiehlt den Windows Media Player 10 oder höher für direkten Datentransfer. www.polaroid.de

Onkyo: 7.1-AV-Receiver im Einstiegssegment

Was noch vor kurzem nur in wesentlich teureren Heimkino-Boliden zu finden war, realisiert Onkyo nun in seinen beiden neuen Einstiegermodellen TX-SR506 und TX-SR576. Die 7.1-AV-Receiver sind mit drei HDMI-Eingängen und voller 1080p-Kompatibilität, Audyssey's Raumeinmess- und Equalizing-System und Dolby Digital Plus Decoder ausgestattet. Mit beiden Receivern kann neben dem Wohnzimmer durch den Lineausgang für Zone 2 eine zweite Hörzone über ein zusätzliches Paar Lautsprecher versorgt werden.

www.eu.onkyo.com

So vielseitig wie noch nie.

Jetzt mit neuem Bereich für Elektro-Hausgeräte.



IFA
Home
Appliances

Was der Handel unter einem Dach vereint, zeigt die IFA jetzt in der gesamten Breite: Sie präsentiert die Markenvelt der Groß- und Kleingeräte der Elektro-Hausgeräte Industrie umfassend in einem neuen Bereich. Profitieren Sie von diesem neuen Angebot. Auch hier stehen die zahlreichen Services der IFA allen Fachhändlern zur Verfügung.

www.ifa-berlin.de

Samsung: Crystal Design – eine Komposition aus Design und Technologie

Farben im Rausch der Sinne

Mit der Einführung des LCD-TV der Serie 6 und dem neuen Crystal Design intensiviert Samsung auch seine Zusammenarbeit mit dem Fachhandel. Trainingsangebote, Promotions und Shopkonzepte sind aufeinander abgestimmt. Unter dem Motto „Designed to perform“ präsentiert Samsung Spitzentechnologie in ihrer schönsten Form.

Der hohe Aufwand kommt nicht von ungefähr. Die größere Präsenz und das verstärkte Engagement am PoS sollen den neuen Produkten die Bühne bereiten. Im Zentrum des Heimkinos steht zunächst der Bildschirm. Das gilt für Samsungs neue LCD-Fernseher der Serie 6 mehr denn je. Denn mit diesen Geräten zeigt Samsung eine neue, exklusive Verbindung aus Technik und Ästhetik: Die Serie 6 entführt mit „Crystal Design“ in die Welt modernen Designs. Einzigartige Strukturen und Materialien erzeugen changierende Rahmen-Lichteffekte.

Erreicht wird dieser Effekt durch zwei ineinander verlaufende Farben. Die dazu verwendete Technologie, das Doppel-Injektions-



Hans Wienands: „Mit hochwertigen und unverwechselbaren Produkten wollen wir beim Endverbraucher Begeisterung erzeugen.“

Verfahren, wird seit einigen Jahren bereits in der Autoindustrie angewendet. Die Koreaner sind weltweit der erste Hersteller, der die Technologie jetzt im TV-Bereich nutzt. Zusätzlich schont das Verfahren die Umwelt, da auf das Gehäuse keine Lackierung aufgetragen wird. Je nach Helligkeit und Lichtbedingungen im Raum verändert sich die Rahmenfarbe der Geräte.

Die neuen LCD-Fernseher, die in Bildschirmgrößen von 19 bis 52 Zoll angeboten werden, setzen Maßstäbe, auch in Sachen Verarbeitungs- und Fertigungsqualität. Ab 32 Zoll Bildschirmgröße bieten sie Full-HD-Auflösung (1.920 x 1.080 Pixel) in Kombination mit dem Ultra Clear Panel (nicht 37 Zoll) zur Minimierung von Reflexionen und für noch lebensechtere Bilder – mit einem dynamischen Kontrastverhältnis von 60.000:1 (ab 40 Zoll). Dazu kommt die 100-Hertz-Motion-Plus-Technologie (ab 37 Zoll) für verzerrungsfreie Bilder auch bei sehr schnellen Bewegungen. Der „Wide Color Enhancer 2“ bereitet jetzt auch Rotanteile des Bildes separat auf, DNle Pro eliminiert störendes

Bildrauschen. Für den guten Ton sorgt die neue Down-Firing-Lautsprechertechnologie. Hierbei sind die Lautsprecher so in das Display-Gehäuse integriert, dass die Membrane nach unten zeigt und der Schall ungehindert aus dem Gehäuse nach unten hin austreten kann.

„Die neuen LCD-Fernseher der Serie 6 im innovativen, unverwechselbaren Crystal Design sind eine neue Synthese aus Spitzentechnologie und Ästhetik“, so Hans Wienands, Direktor CE der Samsung Electronics GmbH. „Die Serie 6 steht in den nächsten Monaten im Mittelpunkt unserer Aktivitäten und erhält durch Michael Ballack, den Kapitän der deutschen Fußball-Nationalmannschaft, ein Gesicht.“

Wir wollen gemeinsam mit unseren Handelspartnern für einen einheitlichen, unverwechselbaren und vor allem emotionalen Auftritt am Point of Sale sorgen – vom Flyer bis zum Katalog, von der individuellen Ansprache bis zur Werbung.“

Das 2.1-Kanal-System HT-X710 mit integrierter Bluetooth-Technologie und 400 Watt Gesamtleistung präsentiert sich ebenfalls im „Crystal Design“ und schafft so eine Verbindung mit den neuen Flachbildschirmen. Die HDMI-



Michael Ballack wird für die LCD-Fernseher in einem TV-Spot, auf Plakaten, Postern, Displays sowie in Anzeigen und Katalogen werben. Gemeinsam mit dem Fachhandel will Samsung so Begeisterung für das neue Sortiment an Blu-ray-Produkten, Home Theatre Systemen und MP3-Playern erzeugen.

Verbindung sorgt nicht nur für beste Bild- und Tonqualität, sondern auch für eine einfache Bedienung verschiedener Geräte innerhalb eines Home-Entertainment-Systems. Möglich wird dies durch das im HDMI-Standard implementierte CEC-Protokoll (Consumer Electronics Control), welches Kontroll-Funktionen zwischen diversen Komponenten ermöglicht.

Anynet+ erleichtert die Bedienung eines Samsung-Home-Entertainment-Systems erheblich, da sich

alle angeschlossenen Komponenten über nur eine Fernbedienung steuern lassen. Ein weiteres Komfort-Merkmal bieten die Wireless-Ready-Heimkinoanlagen. Hier können die hinteren Lautsprecher via Funk mit Audiosignalen versorgt werden. Herzstück dabei ist ein Wireless-Modul, das die Surround-Signale im hinteren Bereich des Raumes entgegennimmt und an die hinteren Lautsprecher wei-

terleitet. Das Verlegen langer Lautsprecherkabel für die hinteren Effekt-Lautsprecher gehört somit der Vergangenheit an. Zusätzlich verfügt die neueste Generation der Samsung Heimkinoanlagen über eine Bluetooth Schnittstelle, die es ermöglicht, den Sound eines MP3-Players oder MP3-Handys über die Heimkinoanlage zu genießen.

www.samsung.de

Entertainment Mode

Die Kombination von Fast Motion Imaging, dynamischer Detailverbesserung und verbesserter Lautsprecherleistung sorgt je nach Unterhaltungsart für ein beeindruckendes Unterhaltungserlebnis. Dafür stehen Sport-, Film- und Spielemodus zur Verfügung, deren Voreinstellungen die Bildwiedergabe für die jeweilige Unterhaltungsart optimieren. Hierzu gehört auch der Entertainment-Modus, der das Display speziell für Videospiele optimiert.



Konventionell



Samsung TV

Digital Natural Image engine

Samsungs verbesserte DNle+ Technologie (Digital Natural Image engine) erzeugt natürliche, klare und lebendige Bilder. Dabei sorgt die Bewegungsoptimierung für weiche, flüssige Bewegungen, die Farboptimierung für fein abgestimmte, natürliche Farben, die Kontrastverbesserung für tiefe Schwarzwerte, die Detailverbesserung für exakte Bildkanten und die digitale Störminderung für eine klare und präzise Präsentation der Bilder.



Konventionell



Samsung TV



SAT

SL bringt DVB-Combo-Kofferranlage

Wer unterwegs ist und auf den digitalen TV-Empfang nicht verzichten möchte, findet in der mobilen Empfangsanlage SL Traveller den richtigen Begleiter. Das kompakte Komplettpaket beinhaltet alle Komponenten, die für den Empfang benötigt werden. Dazu gehört die moderne digitale Set-Top-Box sowohl für den Sat- als auch für den terrestrischen Empfang. Zusätzlich zur DVB-T/S-Mini-Box, bestückt mit modernster Chip-Satz-Technik für kurze Umschaltzeiten, der 35-Zentimeter-Schüssel, dem Sharp-Single-LNB sowie dem Koaxkabel, hat SL dem Koffer diverse Befestigungsmöglichkeiten beigelegt. Dazu gehören Dreipunkt-Saugfuß und Wandhalterung sowie eine Schraubzwinge für Balkon-, Tisch- oder Mastmontage.



Natürlich findet der Nutzer auch eine DVB-T-Stabantenne mit Anschlusskabel. Alle Antennen- oder Scartkabel, die Netzverbindung sowie ein Adapterkabel für den Zigarettenanzünder gehören zum Lieferumfang.

www.sl-ct.de

HDTV-Premiumgerät von Hirschmann

Triax-Hirschmann Multimedia GmbH, Pliezhausen, bringt den neuen HDTV-Receiver S-HD 900 auf den Markt. Das Gerät unterstützt sowohl den DVB-S- als auch den DVB-S2-Standard und ist für die Video-Formate 480i, 480p, 576i, 576p, 720p und 1.080i ausgelegt. Über zwei CA-Modul-Steckplätze können kodierte Programme empfangen werden. Vorprogrammierte, länderspezifische Senderlisten, ein zwölfstelliges alphanumerisches Display, 8.000 Speicher-



plätze für TV- und Radioprogramme, umfangreiche EPG- und Teletext-Funktionen, ein Netzschalter auf der Frontblende sowie ein automatisches Software-Update via Satellit ergänzen die Ausstattung. HDTV-fähige Fernsehgeräte können über einen HDMI-Ausgang angeschlossen werden. Darüber hinaus verfügt der S-HD 900 über Scart-, YUV- und VGA-Schnittstellen für den Anschluss von Standard-TV-Geräten sowie über einen optischen und einen koaxialen AC3-Digitalausgang. www.hirschmann.de

HDMI Sat-Receiver mit Upscaler von Digital-Box

Die DigitalBox Europe GmbH baut ihre Marke Imperial aus und bringt



mit dem Imperial DB 1 CI HDMI einen Common Interface-Satellitenreceiver mit HDMI-Schnittstelle und Upscaler zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis in den Handel. Die direkte Digital-Verbindung über HDMI hat klare Vorteile. Auch bei niedriger aufgelöstem Eingangssignal liefert der HDMI-Receiver eine Skalierung auf die HDTV-Auflösungen 720p oder 1.080i. Zusätzlich bietet der Imperial DB 1 CI HDMI eine vielfältige Ausstattung mit einem alphanumerischen 8-stelligen VFD Display, zwei Scart-Anschlüssen, optischem und elektrischem Digitalausgang (S/PDIF), einem Common Interface Schacht (CI) zur Nachrüstung für Abo-TV, RS-232 Schnittstelle und ist mit einem Steckplatz zur Aufnahme eines CI-Moduls (Pay-TV) ausgestattet.

www.digitalbox.de

polyselect vereinfacht Transponderwechsel

Mit der Verlegung der ARD-Programme auf den neuen Qualitäts-Transponder 51 baut die ARD ihre digitalen Übertragungskapazitäten auf den Astra-Satelliten aus. Ziel ist

die Steigerung der Datenraten bei der Übertragung der Fernsehprogramme, um den Zuschauern eine höhere Bildqualität zu liefern. Während diese Änderung bei einer festen Filterlösung unter Umständen nicht mehr nachvollziehbar ist, lässt sich die programmierbare Polytron-Lösung PolySelect einfach auf die neue Frequenz einstellen. Es können bis zu 30 Transponder von unterschiedlichen Satelliten ausgewählt werden. Setzt man beispielsweise eine durchschnittliche Anzahl von sechs digitalen Programmen pro Transponder voraus, so sind über die Sat-ZF-Umsetzung bis zu 180 Programme zu empfangen. Der Kunde kann die Sat-Signale dann wie gewohnt mit jedem herkömmlichen Satelliten-Receiver empfangen und ist nicht an bestimmte Receiver-Anbieter gebunden. Somit

Digitaler SCART-SAT Receiver

STRONG SRT 60

Verswindet hinter dem TV und verschwendet keinen Platz dank 180°-Gelenk!

STRONG

DIGITAL TV

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

www.strong.tv

können bei einer Umrüstung auf das Polytron TSM-System alle bestehenden Receiver weiter genutzt werden.

www.polytron.de

Sagem mit DVB-T-Receiver

Mit dem DTR 67160T präsentiert Sagem einen stromsparenden DVB-

T-Receiver, der im Standby-Betrieb mit weniger als 2 Watt Strom auskommt. Dank Twin Tuner, HDMI- und digitaler Audio-Schnittstelle ist das Gerät allen Anforderungen gewachsen. Ein weiteres Plus ist die einfache Recording-Funktion über den im DVB-T-Receiver enthaltenen Electronic Program Guide (EPG). Während des Mitschnitts besteht die Möglichkeit, die aktuelle Sendung zurückzuspulen und anzuschauen, während die Aufnahme weiterläuft. Die 160-GB-Festplatte bietet eine Aufnahme-



kapazität von bis zu 80 Stunden. Über die USB 2.0-Schnittstelle können Fotodateien oder auch Musikstücke im MP3-Format auf die Festplatte überspielt werden, um diese auf dem Fernseher oder der Stereoanlage wiederzugeben. Bei Bedarf lässt sich das Gerät mit einem PIN-Code gegen unbefugte Benutzung sichern.

www.sagem.de

Hyundai SH-3000 mit CI-Schnittstelle

Nach dem Start der Zusammenarbeit zwischen der Set-One und Hyundai startet Hyundai die Auslieferung des

neuen HDTV-Satellitenreceivers Hyundai SH-3000 mit CI-Schnittstelle. Das Gerät ist bereits für Astra, Hotbird sowie Türksat vorprogrammiert und bietet zudem eine länderspezifische Programmvoreinstellung für Deutschland, Österreich und Frankreich. Der Empfang von hochauflösendem Fernsehen (DVB-S2) und klassischem Digitalfernsehen, die Mög-

lichkeit der verlustfreien Übertragung des Signals über HDMI, umfangreiche EPG- und Teletext-Funktionen sowie das automatische Software-Update über Satellit (Auto-OTA), 14 OSD Sprachen und 8.000 Programmspeicherplätze runden das Gesamtpaket ab. Durch zahlreiche Anschlüsse wie USB, YUV, optischen und koaxialen AC3-Ausgang steht der digitalen Vernetzung nichts im Wege.

www.hdt-europe.eu

Humax-LNB-Serie mit 0,2 dB Rauschmaß

Die wetterfesten Universal LNBs für analogen und digitalen Satellitenempfang von Humax im Vertrieb von Sky Vision gewährleisten optimalen Schutz vor Temperatureinflüssen sowie Verunreinigungen wie Feuchtigkeit und Staub. Höhere technische Standards setzt die neue Humax LNB-Serie mit minimalem Rauschmaß von 0,2 dB. Damit wird auch bei schlechten Empfangsverhältnissen der Fernsehempfang sichergestellt. Die hochqualitativen LNBs sind erhältlich als Single-, Twin-, Quattro- und Quattro-Switch-Modelle für den Anschluss von bis zu vier Endgeräten. Abgerundet wird das LNB-Angebot von Humax durch ein Octo Switch- und verschiedene 3°, 4,3°, 6°-Monoblock-LNBs mit Empfangsfrequenzen von 10,7–12,75 GHz. Mit diesen ausgezeichneten Empfangsfrequenzen lassen sich die Anforderungen der Kunden und des Fachhandels gleichermaßen befriedigen.

www.humax-digital.de

Telekom vertreibt Astra2Connect

SES Astra hat mit der Deutschen Telekom einen Rahmenvertrag für die Vermarktung seines satellitengestützten 2-Wege-Breitbanddienstes Astra2Connect in Deutschland getroffen. Die Vermarktung an Endkunden wird noch 2008 starten. In Kooperation mit dem rheinland-pfälzischen Ministerium hat die Deutsche Telekom AG den Dienst als Pilotprojekt in zwei Gemeinden ohne terrestrischen Breitbandanschluss gestartet. In Deutschland wird der Dienst bereits über vier Partner, unter anderem Yato, an Endkunden angeboten.

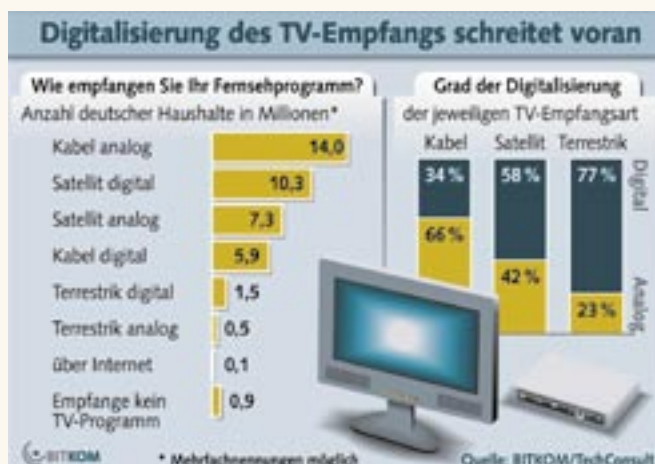
Seit dem Start im April 2007 hat Astra Vertriebsvereinbarungen in Deutschland, Österreich, der Schweiz, Irland, Frankreich, Italien und Polen geschlossen. Astra2-Connect ist ein satellitengestützter Breitbanddienst, der Dual- und Tripleplay-Dienste ohne terrestrische Unterstützung anbietet. Die Infrastruktur ermöglicht zuverlässige „always on“ sowie Internetzugänge zu Pauschalgebühren. Der Kunde benötigt lediglich ein Modem und eine Satellitenschüssel, die als Komplettpaket vertrieben werden.

www.ses-astra.com

SAT-Bereich treibt TV-Digitalisierung voran

Die Umstellung vom analogen auf digitalen Fernsehempfang kommt voran. Insgesamt rund 17,9 Millionen deutsche Haushalte, also gut 45 Prozent, schauen heute digital Fernsehen, was eine Umfrage des Bitkom ergab. 21,8 Millionen Haushalte empfangen ein analoges TV-Signal. Führend bei der Digitalisierung ist der Satellitenbereich. 10,3 Millionen Haushalte empfangen via Satellit digital. Aber auch knapp 6 Millionen Kabelhaushalte empfangen bereits digital und haben damit Zugang zu einem umfangreichen Programmangebot. Dagegen ist die Zahl der Digital-Haushalte, die terrestrisch empfangen, mit 1,5 Millionen eher bescheiden. Dies entspricht gerade einmal 8 Prozent der Haushalte mit digitalem Empfang. Allerdings ist der prozentuale Anteil der Digital-Haushalte innerhalb der Terrestrik mit 77 Prozent vergleichsweise hoch. Der Grund liegt darin, dass in fast allen Ballungsgebieten die analogen Fernsehsender abgeschaltet wurden. Knapp 100.000 Haushalte empfangen Fernsehen bereits über das Internet (IP-TV). Dank der sogenannten Rückkanalfähigkeit können diese Zuschauer interaktive Zusatzdienste und On-Demand-Angebote besonders einfach nutzen.

www.bitkom.de



Strong: Exklusive Innovationen im Sat-Bereich

Unsichtbarer Receiver

Strong legt großen Wert auf modernes Design und Qualität, wobei sich das Unternehmen an den Bedürfnissen der Verbraucher in den verschiedenen Regionen Europas orientiert. Ausgerichtet auf den Fachhandel, sind die Kölner bemüht, diesem Lösungen zu liefern, mit denen er seinen Kunden etwas Besonderes, Außergewöhnliches bieten kann.

Mit seiner aktuellen, stark fachhandelsorientierten Vertriebspolitik will sich Strong von anderen Anbietern abheben und gleichzeitig seine Handelspartner gegenüber dem Wettbewerb konkurrenzfähig machen.

„Wir sind bestrebt, unseren Partnern exklusive Produkte mit Alleinstellungsmerkmalen an die Hand zu geben, um auch besondere Kundenwünsche erfüllen zu können“, so Andreas König, Geschäftsführer der Strong Deutschland GmbH. Mit dem neuen SRT 60 DVB-S-Receiver für alle über Satellit ausgestrahlten Free-to-Air Programme bringt das Unternehmen jetzt einen außergewöhnlichen Receiver auf den Markt. Das 130 Gramm leichte

und mit Abmessungen von 138 x 57 x 20 mm sehr kleine System wird einfach an den Scart-Anschluss auf der Rückseite des TV-Gerätes angeschlossen. Ziel der Entwickler war es aber, ein Gerät zu schaffen, welches kaum sichtbar an Displays angebracht



werden kann. Das Geheimnis des SRT 60 liegt in seinem Gelenk, mit dem sich der Receiver um 180 Grad neigen lässt. Wird er ganz nach oben oder unten geklappt, benötigt er zwischen der Rück-

seite des TV-Gerätes und der Wand lediglich sechs Zentimeter Platz. Die Bedienung erfolgt über das zugehörige Infrarotauge, welches an den Receiver angeschlossen wird. Das gesamte System ist dann über die Fernbedienung zu steuern.

Klein und stark

Trotz seiner kompakten Bauweise bietet der SRT 60 die Performance eines vollwertigen Satelliten-Receiver. Mit 3.000 Speicherplätzen, elektronischem Programmführer, Favoritenliste, Timer, 4-Tage-Programmvorschau, Teletext, automatischem Software-Update über Satellit sowie digitaler Bild- und Tonwiedergabe erfüllt er alle Anforderungen an ein modernes digitales Empfangsgerät.

„Für den Fachhandel kommt unser portabler Receiver zur rechten Zeit“, so König. „Mit dem SRT 60 steht ein hochwertiger Receiver zur Verfügung, der sich auch



mobil einsetzen lässt. Besonders im Hinblick auf die Fußball-Europameisterschaft ist das Gerät der ideale Problemlöser für zahlreiche Empfangssituationen.“

www.strong.tv

Der Strong SRT 60 ist ein vollwertiger Sat-Receiver, der sich durch seine geringen Maße hinter dem TV-Display extrem klein macht. Ein Gelenk sorgt dafür, dass sich der an die Scart-Buchse angesteckte Receiver flach macht. Damit ist das Gerät kaum zu sehen. Durch das abgesetzte Infrarotauge lässt sich der Receiver sicher ansteuern, ist daher auch für den mobilen Einsatz auf der Terrasse oder im Wohnwagen geeignet.

Telering: Erfolg durch renditestarke Markenprodukte

Neue Qualitätsoffensive

Mit ihrem Motto „IQ – Immer Qualität“ agiert die Teling-Kooperation sehr erfolgreich. So konnte man im letzten Jahr einen Gesamtjahresumsatz von rund 671 Mio. Euro mit 2.080 angeschlossenen Fachhändlern erwirtschaften. Die Teling-Partner setzen dabei auf den wachsenden Kundenkreis, der auf gute Beratung, Produktqualität und Service Wert legt.

Mit dem Verkauf und Service hochwertiger Premiumgeräte lassen sich weit höhere Gewinnmargen erzielen als mit Billigprodukten. Deutlich wird dies beispielsweise bei der Vermarktung von Flachbildfernsehern. Während der Durchschnittsverkaufspreis eines LCDs im Jahr 2007 gerade mal bei 919,- Euro lag, konnten die Fachhändler der

Teling ihren anspruchsvollen Kunden hingegen LCD-Geräte im Rahmen ihrer ABAKUS-Konzeption für durchschnittlich 1.272,- Euro verkaufen.

Für Franz Schnur, Geschäftsführer der Teling, ist das Wachstum in dem aktuell schwierigen Marktumfeld kein Zufallsprodukt. „Wir setzen auf Qualität, Beratung und Service. Niedrigpreise haben bei unseren Partnern keine Chance.“ Doch der Qualitätsgedanke hört nicht bei der Sortimentsgestaltung und im Service auf, sondern muss sich auch im Auftritt widerspiegeln.

Erstmals ist über die Teling jetzt auch ein IQ-Ladeneinrichtungssystem erhältlich, welches exklusiv für die Kooperation entwickelt wurde. Acrylglas und silberfarbene Rahmen sind die bestimmenden Gestaltungselemente. Ob



Teling-Geschäftsführer Franz Schnur (rechts) mit der QualiFee. Durch sie hat der Markenanspruch der Teling-Kooperation ein Gesicht bekommen, welches die Maximen Qualität, Beratung, Service und Kompetenz zum Kunden bringt.



Über 1.800 Fachhändler, Großhändler, Vertreter von Industrie und Dienstleistern gaben sich auf der Teling-Jahreshauptveranstaltung Anfang April in Bonn ein Stelldichein. Wie hier am Panasonic-Stand war das Interesse an den neuen Produkten groß.

Wand- oder Mittelregal, Mittelpodestregal oder Thekenanlage – dank unterschiedlichster Module lässt sich das System an jede Ladenarchitektur und -größe perfekt anpassen. Trotz seiner hochwertigen Verarbeitung ist das Ladensystem für jeden erschwinglich. „Wir haben bewusst darauf geachtet, dass die Kosten nicht explodieren“, freut sich Schnur. „Mit einer Investition von 350,- Euro pro Quadratmeter sind die Module auch für kleinere Händler erschwinglich.“

Damit die IQ-Botschaft richtig bei den Adressaten ankommt, hat die Teling mit der QualiFee als Markenbotschafterin dem Qualitäts-

anspruch ein Gesicht gegeben. Als Personifizierung des IQ-Gedankens ist sie aufgeschlossen, glaubwürdig und überzeugend. Wer ihr, beziehungsweise dem Teling- und Markenprofi-Fachhandel vertraut, den schützt sie vor Fehlkäufen und falschen Versprechungen.

Gut beraten

Doch ohne Weiterbildung kann heute kein Händler mehr bestehen. Der Markt für Elektrogeräte und Unterhaltungselektronik war noch nie so unübersichtlich wie heute. Die Lebenszyklen der Produkte werden immer kürzer und die Technik komplizierter. Aus die-

sem Grund hat die Teling das IQ-Profit-Training ins Leben gerufen. Die meist eintägigen Trainings finden im Umfeld der Händler beim jeweiligen Großhändler statt. Vormittags erklären Experten des jeweiligen Herstellers alles über die aktuellen Produkte und deren Technik. Nachmittags lernen die Fachhändler von erfahrenen Verkaufstrainern, wie man das am Morgen vermittelte Wissen in erfolgreiche Verkaufsgespräche umwandeln kann. Zusätzlich stehen Regionalleiter der jeweiligen Großhandelspartner sowie die Mitarbeiter der Teling-Zentrale den Handelspartnern beratend zur Seite.

www.teling.de



Becker Traffic Assist 7977 bietet auch Bluetooth-Technologie

Becker hat auf der Car+Sound 2008 sein neues High-End-Modell Becker Traffic Assist 7977 vorgestellt. Das Gerät wendet sich an Nutzer mit hohen Ansprüchen. Es bietet den hohen Navigationskomfort des erst kürzlich vorgestellten Becker Traffic Assist 7827 (siehe PoS-MAIL 4/08, S. 5), ergänzt um moderne Bluetooth-Freisprech-Technologie. Diese eröffnet komfortable Mehrfachnutzung in Privat-, Geschäfts- und Fuhrpark-



Fahrzeugen. Bis zu 21 Mobiltelefone lassen sich koppeln. Dabei wird jedes Handy mit seinem Namen im Display angezeigt. Mit „Pair & Call“ werden außerdem für bis zu 20 Geräte die jeweiligen Sicherheitscodes hinterlegt und beim Einsteigen ins Auto automatisch erkannt. Einzig das Mobiltelefon Nummer 21 verlangt bei jedem Zusteigen erneut die Eingabe des Codes. Sind mehrere bekannte Handys an Bord, lässt sich im übersichtlichen Menü auswählen, mit welchem telefoniert werden soll. Die Sprachqualität ist in beide Richtungen dank Echounterdrückung ausgezeichnet. Die Zielführung des Becker Traffic Assist 7977 arbeitet in gewohnter Weise. Die Karten von 40 europäischen Ländern werden wahlweise in 2D- oder 3D-Ansicht abgebildet. „Tür-zu-Tür-Navigation“ ist in 34 Ländern möglich. Dazu gibt „Reality View“ an über 4.000 europäischen Autobahn-

kreuzen und -abzweigungen die Fahrtrichtung übersichtlich und in realistischer Ansicht wieder. Der Fahrspurassistent „Lane Info“ gibt an Kreuzungen die richtige Fahrspur vor und sorgt so für mehr Sicherheit. Mit 3D-Landmarks bildet das System außerdem charakteristische Gebäude in Großstädten ab und unterstützt so zusätzlich die Orientierung. Die Funktion „POIs on the route“ zeigt dem Fahrer die genaue Entfernungsangabe der POIs (Points of Interest) entlang der Route in einer gesonderten Ansicht. Lage und Art der POIs lassen sich auf Wunsch in der Karte als Symbol anzeigen.

Zum Ausstattungspaket des Becker Traffic Assist 7977 gehört außerdem TMC zur dynamischen Stauumfahrung. Darüber hinaus lassen sich Verkehrshinweise jederzeit abfragen und bei aktiver Zielführung in der Karte als Icon darstellen. Tempoüberschreitungen können symbolisch oder akustisch angezeigt werden. Zum Lieferumfang gehört eine 2-GB SD-Karte, auf der entweder Süd- oder Nord-Europa mit jeweils 37 Ländern bereits installiert sind. Für Fahrhinweise und Menüs stehen 22 Sprachen zur Verfügung.

Das Gerät bietet auch zahlreiche Multimedia-Funktionen wie die Wiedergabe von MP3-Musik per SD-Card oder USB-Stick, Videoclips im MPEG-Format und zeigt Fotos im JPG-, BMP-, PNG- oder GIF-Format.

www.becker.de

Neue Blaupunkt Lösung sorgt für sicheren Halt bei mobilen Navigeräten

Mit einer neuen Lösung hat Blaupunkt die Vorteile mobiler Navigationsgeräte mit den Standards fest installierter Lösungen kombiniert. Die Basis bildet dabei eine neuartige Haltevorrichtung: Ein sogenannter Smart-Button, der mit der Rückseite der Naviga-



tionseinheit verklebt wird, garantiert leichtes Einrasten und sicheres Verriegeln. Selbst im Falle eines kritischen Heckaufpralls bleibt das Gerät in seiner Halterung und stellt keine Gefahr für die Insassen dar. Zugleich erlaubt

das neue Blaupunkt-Haltesystem die unsichtbare Verlegung von Anschlussleitungen. Damit wird Portable Navigation Devices (PND) der Charakter eines Einbau-Provisoriums genommen. Zielgruppe für die neue Lösung sind Besitzer von Pkw, die im Armaturenbrett zwar einen Doppel-DIN-Schacht haben, der jedoch nur mit einem Radio im normalen DIN-Format bestückt ist. Die zum Patent angemeldete versenkbare Halterung fährt beim Öffnen der Seitenklappe automatisch nach vorn und hat ebenfalls einen dreh- und schwenkbaren Mechanismus mit Rastungen zum Arretieren der Navigationseinheit. Damit sind die Einstellung auf verschiedene Blickwinkel und die problemlose Bedienung gewährleistet. Auch hier wird idealerweise wieder der Smart-Button, der ein sicheres Einrasten in die Halterung garantiert, auf das mobile Gerät geklebt. Zusätzliche Möglichkeiten schafft ein Adapteraufsatz zur Aufnahme weiterer portabler Geräte wie Player oder Mobiltelefon. Die Anschlussleitungen können dank integrierter Kabeldurchführung komplett verschwinden. Damit präsentiert sich das neue Blaupunkt Produkt als insgesamt elegante und preislich attraktive Lösung für jeden Selbst-Einbauer. www.blaupunkt.de

Strada

ZIELSICHER ANKOMMEN

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

Panasonic
ideas for life

www.panasonic.de

Zwei neue Clarion Navis der Oberklasse

Mit den neuen portablen Navigationssystemen MAP680 und MAP780 präsentiert Clarion zwei Wegweiser der Oberklasse inklusive Kommunikations- und Entertainmentfunktionen. Die größte Innovation beider Systeme ist die realistische 3D-Darstellung der Strecke mit Gebäuden und Sehenswürdigkeiten. Die Landschaft wird dabei dreidimensional mit Höhen und Niederungen der Straßen, Unterführungen und Brücken dargestellt. Damit erreichen beide Navigationssysteme eine nochmals verbesserte Navigationsführung, da die Anzeige auf dem Navi dem Blick aus der Windschutzscheibe ähnelt. Die Kartenansicht ändert sich dank der Smart Zoom Technologie interaktiv nach den Gegebenheiten.



Weitere Highlights sind ein Spurassistent, Informationen über die aktuelle Höchstgeschwindigkeit, eine phonetisch richtige Sprachausgabe für Straßennamen etc. sowie eine extrem schnelle Routenführung. Bereits integriert sind ein TMC-Tuner und Bluetooth mit Freisprechanlage und Features wie Telefonbuchübertragung, SMS-Funktion und Audiostreaming für MP3 und WMA Sound-Dateien.

Die beiden portablen Navisysteme bieten auch zahlreiche Multimedia-Komponenten. Dazu zählen ein MP3/WMA-Player, der über den integrierten SD/MMC-Kartenslot mit Daten versorgt werden kann, ein Movie-Player, der alle gängigen Formate wie AVI, WMV, 3GP und MP4 auf dem 4,3" großen Touchscreen abspielt, und ein Picture Viewer, mit dem man Fotos direkt ansehen kann.

Die mobilen Begleiter gibt es in vier verschiedenen regionalen Ausführungen (MAP680) sowie in einer umfassenden Europavariante für 43 europäische Länder (MAP780). Die regionalen Varianten gibt es als MAP680DEU (Deutschland, Österreich, Lichtenstein, Schweiz), MAP680FRA (Frankreich, Monaco, Belgien, Niederlande), MAP680UKI (England, Irland) und MAP680EEU – Osteuropa. Neben den regionalen Karten sind alle europäischen Hauptverkehrsstraßen enthalten. Das MAP780 ist mit Kartenmaterial für 43 Länder ausgestattet. www.clarion.de

JVC Doppel-DIN DVD-Naviceiver mit Sieben-Zoll-Widescreen-Touch-Panel und Multimedia-Funktionen

Mit dem KW-NX7000 hat JVC einen Doppel-DIN DVD-Naviceiver mit abnehmbarem Sieben-Zoll Widescreen-Touch-Panel vorgestellt, der umfassende Entertainmentfunktionen bietet. Das extrem innovative All-In-One Multimedia-Navigationssystem KW-NX7000 bietet einen Bewegungssensor, der die Bedienmenüs auf dem Touchpanel automatisch einblendet, sobald sich eine Hand dem Gerät nähert. Eine ergonomische Steuerlogik ermöglicht die intuitive Bedienung. Eine vierstufige Lautstärkeanpassung der Navigationsansagen und der AV-Tonwiedergabe vereinfacht das Handling zusätzlich. Ein gesplittetes Menü mit Schieberegler dient der gleichzeitigen Darstellung von Navigationshinweisen und Karte sowie der besseren Übersicht bei der Songsuche selbst großer Archive. Der integrierte Navigationsspeicher enthält europa-übergreifen-



des Kartenmaterial mit über 2,1 Millionen POIs (Points of Interest). Die intuitive Suche nach Adresse, Postleitzahl, 100 Lieblingszielen, die letzten 50 Ziele sowie POIs nach Kategorie, Name, Umgebung oder Telefon-Nummer erleichtert und verkürzt die Zielsuche. Die Funktion „nach Rangliste sortieren“ zeigt die beliebtesten Suchergebnisse. Auch bei Eingabefehlern liefert die Ähnlichkeitssuche meist das gewünschte Ziel. Der optional erhältliche Bluetooth-Adapter KS-BTA200 erlaubt darüber hinaus die Zielsuche aus dem Handy-Adressbuch. Neueste EGNOS GPS-Technologie ermöglicht exaktes Navigieren, während TMC bei

der Stauumfahrung hilft. Ein akustisches Signal warnt mit einstellbarer Toleranz bei Geschwindigkeitsüberschreitungen. Die Zoom-Funktion zeigt vergrößerte Ansichten der Karte, die sich auch aus der 3D-Vogelperspektive betrachten lässt.

Das JVC Multimedia-Navigationssystem KW-NX7000 bietet zudem eine Reihe von Entertainment-Funktionen: Von iPod, SD-Card und USB-Geräten lassen sich Audio und Video fast aller Formate abspielen; die Video-Wiedergabe vom iPod ist mit dem Kabel KS-U20 optional möglich. Das Gerät ist weitestgehend kompatibel mit den Speichermedien DVD/CD/USB/SD, den Audio-Formaten MP3/WMA/AAC/WAV, den Video-Formaten DivX/MPEG1/2 und JPEG-Bildern. GIGA MP3 MULTI erlaubt das Abspielen riesiger DVD-Archive mit bis zu 2.500 Songs. Die Wiedergabe unkomprimierter WAV-Audio-dateien ermöglicht beste Klangqualität von selbstgebrannten DVDs. Das KW-NX7000 ist aber auch ein

exzellentes Autoradio mit empfangsstarkem Tuner für besten analogen Radioempfang bei UKW (mit RDS), MW und LW. Eine DAB-Steuerung ermöglicht den Anschluss eines Digitalradio-Empfängers. 4 x 50 Watt bieten kräftigen Sound aus den integrierten Endstufen, und mehrkanalige Vorverstärkerausgänge ermöglichen den Aufbau eines kompletten Entertainment-Systems mit hochwertigen Zusatzendstufen. Das Gerät ist mit getrennten Baugruppen für Navigation und Audio-Video-Funktionen ausgestattet, so dass die Multimedia-Qualität durch eventuelle digitale Störungen der Navigation unbeeinflusst bleibt. Die Bluetooth-Vorbereitung gewährleistet mit dem als Zubehör erhältlichen JVC Adapter KS-BTA200 Freisprech-Sicherheit und drahtlosen Musik-Komfort. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung des ab Juli lieferbaren KW-NX7000 beträgt 999 Euro.

www.jvc.de



Car-Multimedia wächst vor allem durch Navis und in den Nischen

Zum 15. Mal seit 1994 hatte die Car+Sound vom 10. bis 13. April in der Messe Sinsheim ihre Pforten geöffnet. 148 Aussteller aus 19 Ländern zeigten den Besuchern dort die Welt der mobilen Elektronik und die Trends in Sachen Car-Multimedia. Das Gebot der Stunde war die Vernetzung aller Infotainment- und Entertainmentkomponenten im Fahrzeug. Dabei müssen die Komponenten im Auto so vernetzt werden, dass Mitfahrer unterhalten werden und der Fahrer informiert wird, ohne sich vom Verkehrsgeschehen ablenken zu lassen. Die Musik der mobilen Elektronik spielte auf der Car+Sound in Sinsheim, und Hersteller und Anbieter zeigten die im Vorfeld der Messe mit Spannung erwarteten optischen und akustischen Highlights, die zur Mobilität der Autofahrer inzwischen einfach dazugehören: mobile Navigationssysteme waren ebenso vertreten wie Autoradios, DVD-Player, Monitore, Alarmanlagen und Zubehör.

Die Messe 2008 spiegelt deutlich zwei Branchentrends wider, stellte Andreas Wittur, Prokurist der Messegesellschaft Sinsheim im Rahmen der Eröffnungs-Pressekonferenz fest. Zum einen zeigt sich ein deutlicher Trend zur Vernetzung und zum Wandel vom Infotainment zum Entertainment im Fahrzeug, zum anderen ist erkennbar, dass auch in der Car-Multimediabranche derzeit eine Konsolidierung stattfindet. „In den vergangenen Jahren haben viele Unternehmen nur noch Umsätze erzielt, aber keine Erträge mehr generiert“, so Wittur. Als Folge davon sind nicht nur weniger Aussteller auf der Messe vertreten als im Vorjahr, sondern auch im Markt selbst. Dennoch zeigt die zunehmende Anzahl von Ausstellern und Besuchern aus dem Ausland, dass die Car+Sound nach wie vor eine der Leitmessen der Branche ist, meinte Wittur.

Technologischer Wandel

Den spürbaren technologischen Wandel vom Autoradio vergangener Zeiten zum computergestützten Multimedia-Center im Auto griff auf der Pressekonferenz auch

der Journalist Holger Seybold auf. Er wies auf die Anstrengungen hin, die die Industrie unternimmt, um neu entwickelte Technologien der CE-Branche auch den Fahrzeugbesitzern möglichst schnell zur Verfügung zu stellen.

Beispielhaft hierfür ist die Integration von CD- und DVD-Spielern in die früher nur zum Empfang von Radiosendern genutzten Geräte, die Möglichkeiten, die mobile Navigation mit sich bringt und die Integration zusätzlicher Funktionen in diese mobilen Navigationssysteme. Andererseits verdeut-

lichte Seybold, dass nicht alles, was sich zu Hause bewährt hat, auch für Car-Multimedia genutzt werden kann. „So dürfte SVHS vermutlich das Höchste an Qualität sein, was auf den Monitoren in einem Fahrzeug zu sehen sein wird“, sagte Holger Seybold, „denn neue Formate wie HDTV oder Blue-ray werden erst auf Monitoren sinnvoll, deren große Durchmesser sich für den Pkw-Innenraum sicherlich nicht eignen.“

Mit Spannung darf man auf zukünftige Entwicklungen warten,

die neue Funktionen und damit auch neue Verkaufsargumente mit sich bringen. So ist beispielsweise zu erwarten, dass das Thema WiFi auch im Auto an Bedeutung gewinnt, um zum Beispiel bei der Einfahrt in die Garage eine drahtlose Verbindung zum Heimnetzwerk aufzubauen, von wo aus neue Videofilme oder Musiktitel auf die Geräte im Pkw heruntergeladen oder Kontaktdaten synchronisiert werden können. Eine interessante Vorstellung für die Zukunft ist außerdem ein nahtlos ausgebautes High-Speed-

Alpine nutzt die Car+Sound 2008 zur Vorstellung zahlreicher Produktneuheiten

Alpine hat auf der Car+Sound 2008 drei Nachfolgemodelle der preisgekrönten Headunit iDA-X001 präsentiert, des weltweit ersten Steuergerätes speziell für den iPod. Das „größte“ Steuergerät, das iDA-X100, ist hinsichtlich der Ergonomie komfortabler geworden: Durch den „Double Action“-Drehregler, der aus zwei konzentrischen Ringen besteht, können



nun sowohl die kompletten Suchfunktionen als auch die Lautstärkeregelung über nur ein Bedienelement gesteuert werden. Dank Unterstützung des neuen Microsoft MTP-Protokolls inklusive Digital Rights Management 10, ist das iDA-X100 auch für Besitzer vieler anderer MP3-Player eine optimale Lösung. Das iDA-X200, welches in der Mittelklasse der Headunits angesiedelt ist, folgt ebenfalls dem „großen“ Bruder und zeigt sich mit Double Action-Drehregler und komfortabler ID3-Tag-Suche, die ein schnelles Auffinden beliebiger Songtitel möglich macht. Mit dem iDA-X300 liefert Alpine in der HiFi-Einstiegsklasse einen leistungsstarken Spielpartner für den iPod (und USB-Speichersticks). Das zentrale Jog-Dial entspricht mit dem einfachen Drehring dem ori-

ginalen iDA-X001. Im Unterschied zu den beiden anderen Geräten erfolgt der Anschluss des Apple-Players nicht per USB-Port, sondern über die Alpine Fullspeed Schnittstelle.

Der ebenfalls in Sinsheim vorgestellte iPod-Controller eX-10 ermöglicht den Anschluss des iPod an eine beliebige Headunit in jedem Fahrzeug. Da die Montage des eX-10 ohne Werkzeug erfolgen kann, bleibt sie jederzeit flexibel. Man kann den Controller also auch als portable Lösung in verschiedenen Fahrzeugen nutzen. Einmalig ist der 6,1 cm große Farbbildschirm des eX-10, auf



dem alle Menüs, Playlisten und Suchfunktionen übersichtlich dargestellt werden. Neu für den iPod ist bei Alpine auch die Blackbox KCE-425i. Das Interface lässt sich verdeckt verbauen und liefert jegliche Art von Bildsignal vom iPod via Datenkabel direkt auf ein bereits im Fahrzeug montiertes Display. Mit einem zusätzlichen Adapter können nicht nur Alpine Geräte, sondern die werksseitig eingebauten Systeme angesteuert werden.

Mit der neuen Mobile-Media-Station IVAW505R wendet sich Alpine an HiFi- und Video-Fans, die Medienvielfalt und brillante Ausgabe-Qualität wünschen. Nur eines von vielen Kennzei-

chen ist der 7-Zoll-Bildschirm, der sich fast über die komplette Front des Doppel-DIN-Gerätes streckt. Er sorgt mit seiner LLC-Helligkeitsanpassung für sattere Farben und einen besseren Kontrast. Das berührungssensible Display sorgt gleichzeitig für eine intuitive Bedienung. Für die Klangqualität stehen nicht nur 4 x 50 Watt interne Verstärkerleistung und ein 24-Bit-D/A-Wandler bereit, sondern auch die Möglichkeit des Imprint-Upgrade.

Auch die neue Mobile-Media-Station IVA-D106R bietet als 1-DIN-Gerät ein umfangreiches Sortiment an Multimedia-Spezialitäten. Es spielt DVDs und CDs in den Formaten MP3, AAC, WMA sowie DivX ab und ermöglicht darüber hinaus den bequemen Anschluss eines iPod Video über die Alpine Fullspeed-Schnittstelle.

Die neuen Alpine Basis-CD-Tuner des Modelljahres 2008 warten mit einer Ausstattung auf, die den modernen Hörgewohnheiten und ihren Medien entspricht. Sowohl CDE-9872R/RM als auch der nächst höher



positionierte CDE-9874R/RB/RR sind mit der aktuellen Fullspeed-Schnittstelle für iPod von Apple ausgestattet. Sie ermöglicht nicht nur den Anschluss des populären Musikplayers (über das optionale Anschlusskabel KCE-422i), sondern auch die verzögerungsfreie Steuerung dessen Funktionen über die Alpine-Headunit. Die CD-Einheit besitzt volle MP3-Kompatibilität. Zur optimalen Anpassung an die Cockpit-Beleuchtung gibt es die Geräte in verschiedenen Be-



leuchtungsfarben. Ganz neu in der Ausstattungspalette aller Headunitmodelle der Produktpalette 2008 ist die Bluetooth-Fähigkeit der Geräte. Mit dem optionalen Alpine-Bluetooth-Adapter KCE-300BT werden die CD-Tuner zur komfortablen, drahtlosen Freisprecheinrichtung. Außerdem können sie mit dieser Technologie zusätzlich vom Autoradio aus auf Musikdaten im Handy zugreifen. Mit der aktuellen Produktpalette ist Alpine für das laufende Geschäftsjahr gut gerüstet. Der Fachhändler hat die Möglichkeit, seinem Kunden ein komplettes Entertainment-System aus einer Hand anzubieten.

www.alpine.de

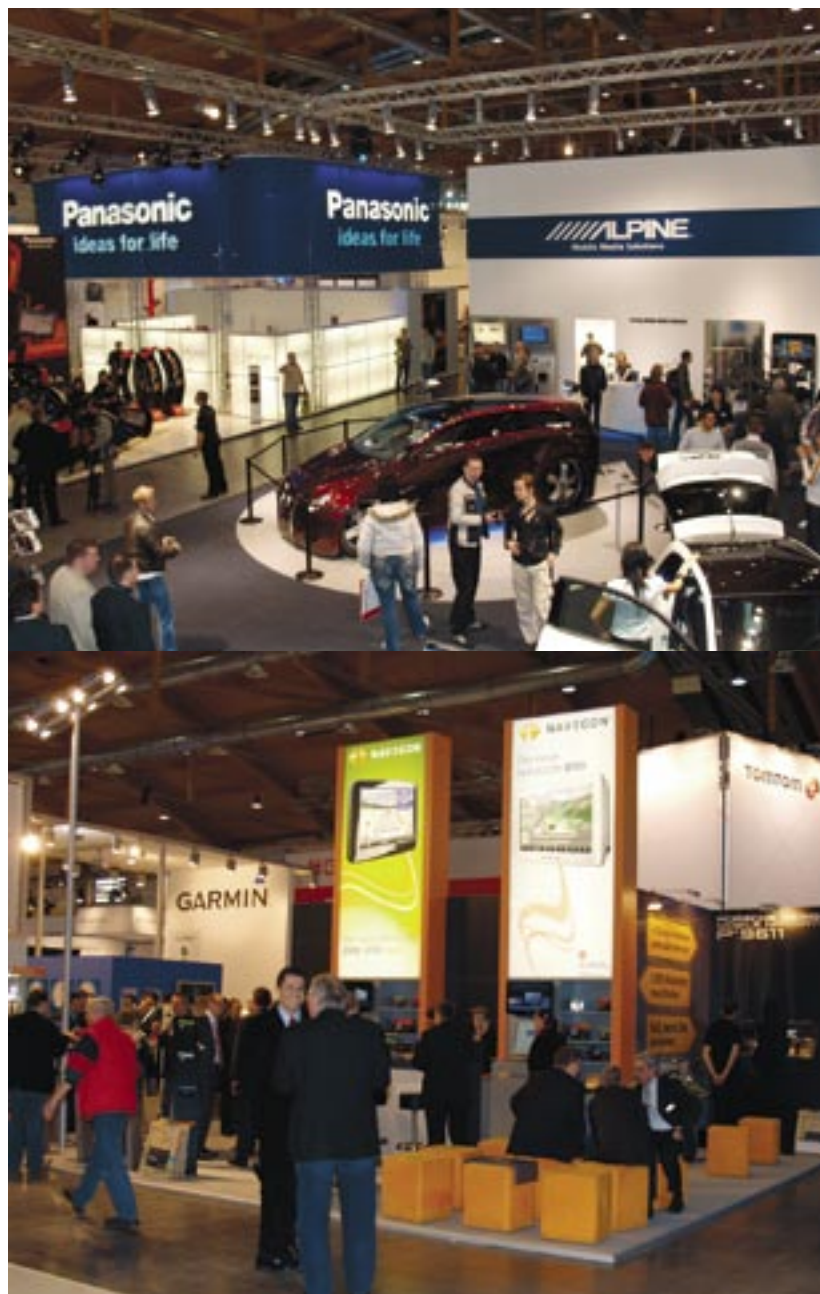
Panasonic zeigt sich auch im Markt für Car-Multimedia gut aufgestellt

Panasonic hat auf der Car+Sound 2008 gezeigt, dass das Unternehmen auch beim Thema Car-Unterhaltung, -Information und -Sicherheit gut aufgestellt ist. Neben den aktuellen mobilen Navigationssystemen der Unter-marke „Strada“ zeigte Panasonic unter anderem neue CD-Tuner, DVD-Receiver und Moniceiver im 1- und 2-DIN-Format. In-Car-Entertainmentsysteme mit iPod-, USB- und Bluetooth-Konnektivität sowie DivX-Video und iPod Video-Kompatibilität sorgen dafür, dass Musik und Filme auch im Fahrzeug konsumiert werden können. Echten Mehrwert bringen unter anderem die aktuellen mobilen Strada-Navigationssysteme CN-GP50N und CN-GP50TC den Insassen, denn sie bieten weit mehr als die reine GPS-Navigation. Mit ihren großen 12,7-cm-Breitbildschirmen und SD-Karteneinschüben lassen sie sich als portable Darsteller für Digitalfotos nutzen. „Strada markiert die Spitze des In-Car-Entertainments und steht für beste Bildqualität und einfachste Integration in Panasonics Mobile Digital Networking-Welt“, betont Albrecht Fischer, Leiter Zentralvertrieb Car Media, im Gespräch mit PoS-MAIL. Ab sofort bietet Panasonic für Strada neue Karten für 18 osteuropäische Länder an. Ab Herbst 2008 gibt es aktualisiertes Kartenmaterial für Gesamt-europa. Die neuen DVD-Recei-ver sind iPod- bzw. Bluetooth-Ready und ermöglichen die einfache Verbindung zum tragbaren Player und kompatiblen Mobiltelefonen. So kann nicht nur die Musik des iPods über die Auto-Anlage gehört werden,



auch die Bedienung und Steuerung erfolgen über die Panasonic-Receiver. Die Moniceiver CQ VW100N und CQ VX100N spielen sogar Videos und Video-Podcasts vom iPod auf ihren großen 7-Zoll-LCDs mit verbesserter Bildqualität ab. Das weiterentwickelte Bluetooth-Modul CY-BT200N erlaubt zudem den Einsatz als Freisprechanlage mit Telefonbuch-Zugriff sowie die kabellose Übertragung der auf einem Mobiltelefon gespeicherten Musik auf die Autoanlage. Die Moniceiver bieten zwei zusätzliche AV-Eingänge, die zum Beispiel für den Anschluss eines TV-Tuners oder Camcorders verwendet werden können. Als Ergänzung für jeden im Fahrzeug installierten Monitor oder Moniceiver bietet sich die Panasonic Rückfahrkamera CY-RC50KN an. Die kleine Kamera mit Weitwinkel-Objektiv gewährleistet freie Sicht auf alle Hindernisse hinter dem Fahrzeug. Digitale Medienvielfalt bringen auch die neuen CD-Tuner, der CQ-RX400N mit iPod Direktsteuerung und der CQ-RX300N, ins Fahrzeug. Music-Port und Front-USB-Buchse sorgen für die Vernetzung mit iPod, USB-Speichermedien und tragbaren Musikplayern. Leistungsreserven bietet die 4 x 50 Watt High Power MOS-FET-Endstufe. Über einen doppelten 2-Volt-Vorverstärkerausgang drehen die neuen Panasonic CD-Tuner auch in einer Car-HiFi-Anlage mit separaten Endstufen auf. Ein integrierter CD-Spieler sowie ein intelligentes RDS-Radio runden die Ausstattung ab.

www.panasonic.de



In Halle 6 des Sinsheimer Messegeländes waren die großen Player der Branche zu finden.

Mobilfunknetzwerk, das als Trägermedium für Foto, Video und Sounddateien dient. „Akzeptable Flatrates vorausgesetzt, nehmen wir dann keine DVDs oder andere Speichermedien mehr mit ins Fahrzeug, sondern werden uns die gewünschten Informationen und Entertainmentinhalte von einem zentralen Server über das mobile Internet abrufen“, so Seybold.

Die Marktentwicklung

Zahlen aus dem Nachrüstmarkt für InCar Electronics präsentierte Oliver Römerscheidt als Vertreter des Nürnberger Marktforschungsunternehmens GfK. Die GfK erhebt Marktdaten in den vier

Segmenten Car Audio Elektronik, Auto-Lautsprecher, Car Vision und Car Navigation. In diesen Segmenten zeichnet sich derzeit eine durchwachsene Entwicklung ab. So bewegt sich beispielsweise der Absatz im Bereich Car Audio Elektronik gesamt seit 2005 von 2,66 Millionen verkauften Geräten nach unten. 2006 waren es noch 2,44 Millionen, während der Absatz in 2007 auf 2,35 Millionen Stück zurückging. Diese Entwicklung wird sich nach den Prognosen von GfK und Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) auch in diesem Jahr mit minus 7,2% auf 2,18 Millionen Geräte fortsetzen.

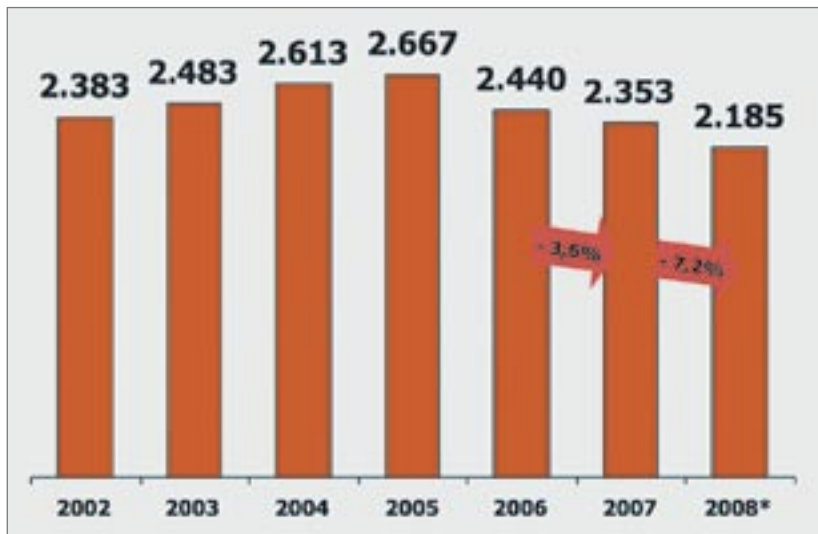
Der negative Trend ist allerdings nicht durch alle Warengruppen zu beobachten. So blieb beispielsweise der Bereich Radios mit CD-Player von 2006 zu 2007 mit einem Anteil von jeweils 80 Prozent stabil, während sich Radios mit DVD-Player, die laut Römerscheidt „eine interessante Nische darstellen“, sogar mit plus 18 Prozent zuletzt kräftig nach oben entwickelten. Römerscheidt unterstrich, dass sich die von Seybold beschriebene Integration neuer Funktionen positiv auswirkt: „USB, High-End-Displays, iPod/MP3-Adapter, Speicherkartenslots und nicht zuletzt die Bluetooth-Technologie, die meiner Meinung nach

derzeit auf dem Weg zum Massenmarkt ist, haben hier immer wieder neue Begehrlichkeiten geweckt und dem Handel neue Anknüpfungsmöglichkeiten für das Verkaufsgespräch gegeben.“ Bereits seit 2004 entwickelt sich der Absatz von Auto-Lautsprechern stetig negativ. Wurden 2004 noch 1,143 Millionen Stück verkauft, so waren es 2007 nur noch 896.000 (2005: 1,080 Millionen, 2006: 910.000) und für das laufende Jahr erwarten GfK und gfu mit 862.000 Stück einen neuen Tiefstand. Als Hoffnungsträger bezeichnete Römerscheidt dagegen das Segment Car Vision, das von 2004 (17.000 Stück) bis heute (90.000 Stück) ein deutliches Wachstum zu verzeichnen hat, welches sich wohl auch 2008 (Prognose:

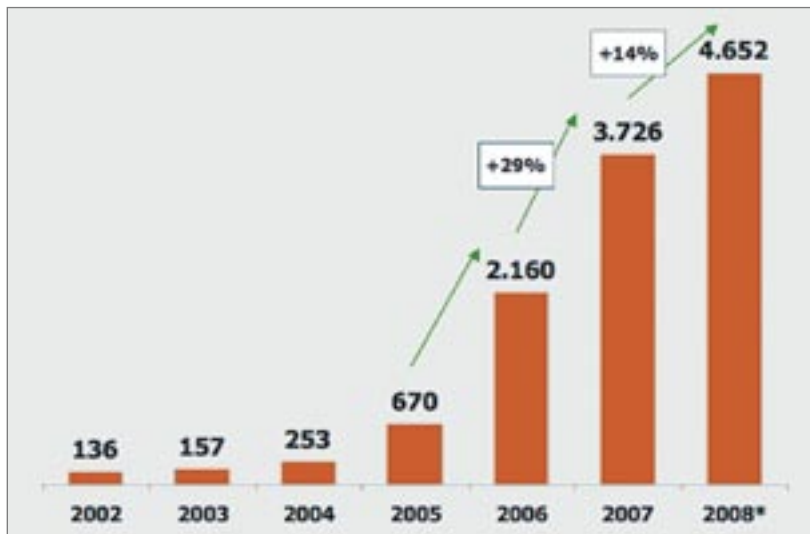
103.000 Stück) fortsetzen wird. „Aber“, so relativierte Oliver Römerscheidt, „man muss dabei im Kopf behalten, dass es sich derzeit noch um ein sehr kleines Segment handelt, das im Jahr 2007 gerade einmal 35 Millionen Euro Umsatz gebracht hat.“ Vielversprechender sieht der Blick auf das Segment Car Navigation aus, das zwischen 2002 (136.000 verkaufte Stück) und 2007 (3,726 Millionen) auf die 27fache Größe gestiegen ist und auch in diesem Jahr ein zweistelliges Wachstum (Prognose von GfK/gfu: 14 Prozent auf 4,652 Millionen) zu erwarten ist. Zurückzuführen ist diese Entwicklung darauf, dass sich mobile Navigationsgeräte beispielsweise durch ihre großen Bildschirme gegenüber Mobiltelefonen und PDAs abgrenzen und durch neue Funktionalitäten wie Bluetooth oder das im Lieferumfang enthaltene Kartenmaterial (rund 50 Prozent der Geräte sind mit Karten für Europa ausgestattet) für immer neue Zielgruppen interessanter werden.

Allerdings geht auch hier, wie in den zuvor genannten Bereichen, ein starker Preisverfall mit der Absatzentwicklung einher. Gab der Verbraucher beispielsweise laut Römerscheidt im Jahr 2007 noch durchschnittlich 274 Euro für ein Navigationsgerät aus, so konnte er ein solches im Februar

Fortsetzung auf Seite 20



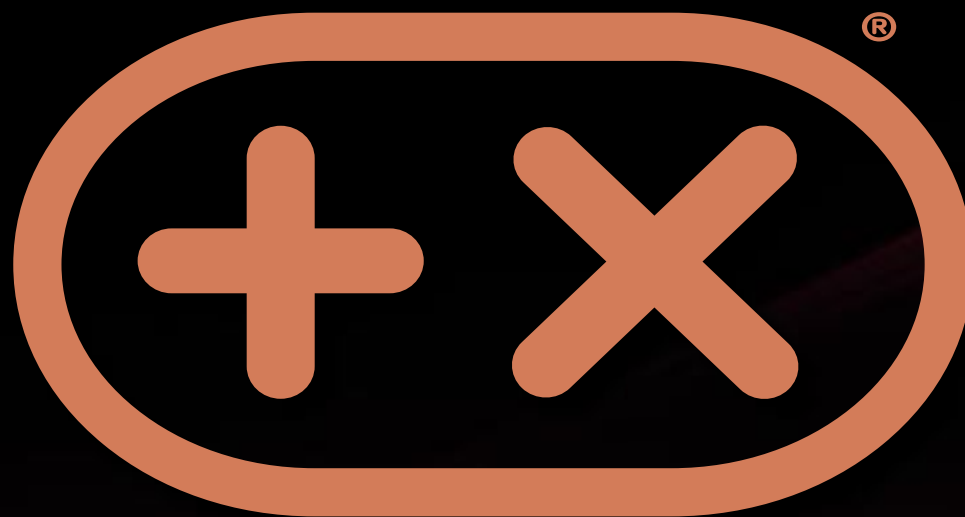
Absatzentwicklung Car Audio Elektronik gesamt, verkaufte Stück in Tausend. * gemeinsame Prognose von GfK und gfu. Quelle: GfK



Absatzentwicklung Car Navigation, verkaufte Stück in Tausend. * gemeinsame Prognose von GfK und gfu. Quelle: GfK

TV
SPIELFILM

präsentiert den



PLUS X AWARD®



auto
entertainment.de

av
magazin.de

digitalMarkt

DIGITAL
TESTES

Markt

Markt

EP:
Distribution

E&W



hanse
control

HD-TV

heimkino
markt.de

PLUS X AWARD-NIGHT 2008

Das Branchen-TV-Ereignis des Jahres

Wenn sich zahlreiche Journalisten, Fotografen und TV-Teams rund um den „Orange Carpet“ drängen, dann hat der Plus X Award abermals zum bedeutendsten sowie glamourösesten Event der Consumer Technologies-Branche geladen. Seien Sie dabei, wenn bekannte Top-Entscheider, hochkarätige Firmen-Repräsentanten und Prominenz aus Politik und Rundfunk voller Spannung den Ergebnissen der kompetenten Jury auf der Plus X Award-Night entgegenfiebern. Welches sind die besten Technologie-Produkte 2008? Wer darf eines oder auch mehrere der überaus begehrten Plus X Award-Siegel für Innovation, Design, Bedienkomfort, Ergonomie und/oder Ökologie entgegennehmen? Und vor allem: Wer darf sich dieses Jahr zu den innovativsten Marken der Branche zählen und die imposante „Most Innovative Brand“-Trophäe in das Blitzlichtgewitter der anwesenden Presse halten? Seien Sie gespannt auf die Worte der Laudatoren, die Dankesreden der Sieger und auf die fulminanten Showeinlagen des mit Spannung erwarteten Gala-Abends in Köln.

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



TV.





Nicht nur in Sachen Information, Entertainment und Multimedia im Innenraum konnten sich die in Sinsheim ausgestellten Fahrzeuge sehen lassen, auch unter optischen Gesichtspunkten wurde den Besuchern einiges geboten.

2008 bereits für durchschnittlich 231 Euro haben.

Fortschritte bei Navis

Vor allem der Navigationsbereich wird sich nach den Vorhersagen von Oliver Römerscheidt weiterhin spannend entwickeln. Er sagte Fortschritte für vier Bereiche voraus, die sich sowohl für den Anwender als auch für den Hersteller und Handel positiv auswirken würden. So soll sich beispielsweise bei den Routeninformationen einiges tun. Fahrspurassistenten, Geschwindigkeitskontrolle, Text-to-Speech oder Fotonavigation sind nur einige der relevanten Stichworte, so Römerscheidt. Deutliche Verbesserungen wird es auch bei der Graphik geben. Funktionen wie Real-Junction-View, 3D-Landmarks, Google Earth View oder Panorama-Ansichten, die dem Fahrer im Gebirge Steigung und Gefälle

anzeigen, werden nach und nach in die Geräte integriert.

Weiterentwicklungen zeichnen sich darüber hinaus in Sachen Sonderziele und Handhabung aus. So erwartet Römerscheidt unter anderem eine Erweiterung des Informationsumfangs zu den POIs durch Fotos und Audiostücke. Falk und Merian scout sind hier die Vorreiter und haben entsprechende Funktionen bereits in ihre Produkte integriert. Ferner sollen der Fußgängermodus verbessert sowie mehr geführte Touren durch Städte und Regionen angeboten werden.

Auch den bereits eingeschlagenen Kurs in Richtung Multimedia werden Navigationsgeräte weiterverfolgen. Hier zeigt beispielsweise die Integration der TV-Funktionalität, wie es weitergeht. Aber auch die Entwicklung der Systeme zu Informations- und Nachrichten-zentralen ist etwa durch den Emp-

Pioneer bringt das erste Hybrid-Navigationssystem auf den Markt

Mit dem NavGate AVIC-F500BT führt Pioneer weltweit eine ganz neue Generation von Navigationssystemen ein. Ab sofort müssen sich Autofahrer nicht mehr zwischen einem fest eingebauten und einem portablen System entscheiden: Das NavGate lässt sich mit jedem Werks-Audiosystem vernetzen und ist trotzdem jederzeit mobil nutzbar. Neben einem 5,8 Zoll großen Touchscreen-Display bietet das System eine Bluetooth-Freisprecheinrichtung sowie einen 4 x 50 Watt starken Mosfet-Verstärker.

Das neue Pioneer-Gerät nimmt als erstes Hybrid-Navigationssystem der Welt eine Sonderstellung ein. Der 5,8 Zoll große Touchscreen-Monitor mit der maximalen derzeit bei Navigationssystemen realisierbaren Auflösung von 800 x 480 Pixeln wird auf dem Armaturenbrett installiert und ist jederzeit auch portabel einsetzbar. Trotzdem bietet das AVIC-F500BT alle Vorteile eines fest installierten Systems, denn es fügt sich in jedes vorhandene Audio-System ein. Dazu wird im Fahrzeug eine kleine Blackbox mit einem 4 x 50 Watt starken Mosfet-Verstärker eingebaut, über den alle Audiosignale der portablen Einheit zu den Autolautsprechern gelangen. Bei Routenansagen oder Telefongesprächen wird das Audio-System automatisch stumm geschaltet.

Das Tele-Atlas-Kartenmaterial für 33 europäische Länder mit 2D- und 3D-Darstellungen steht im internen Speicher des Navigationssystems zum Abruf bereit, so dass der SD-Speicherkartenslot jederzeit für die Wiedergabe von Musik- und Video-Dateien genutzt werden kann. Dank TMC berechnet das Pioneer-System jede



Route unter Umgehung etwaiger Verkehrsstörungen. Die Text-to-Speech-Funktion (TTS) bindet zur leichteren Orientierung Ortsangaben in die Navigationshinweise ein.

Für sicheres Telefonieren während der Fahrt ist das Gerät mit einer hochwertigen Bluetooth-Freisprecheinrichtung von Parrot ausgestattet. Die Übertragung von Telefon-Gesprächen erfolgt über die Fahrzeuglautsprecher. Wenn die Anschlussmöglichkeiten des NavGate AVIC-F500BT für iPods, USB-Geräte und SD-Karten ausgenutzt werden, präsentiert sich das Navigationssystem als komplette Entertainment-Zentrale. Dabei lassen sich die meisten Geräte komplett über das Display des Systems steuern. Alle Audio-Inhalte sowie Musik von einem vorhandenen Audiosystem werden automatisch über den Pioneer-Mosfet-Ver-

stärker und die Fahrzeug-Lautsprecher wiedergegeben. Der Prozessor des neuen Pioneer-Systems ist so leistungsfähig, dass man Funktionen wie iPod-Playback und Navigation ohne Leistungseinbußen gleichzeitig nutzen kann.

Im mobilen Einsatz lässt sich das Gerät auch als Multimedia-Player nutzen. Der Anschluss einer optionalen Rückfahrkamera ist bereits vorgesehen. Wer gerne eigene Routen plant und dabei bestimmte Ziele ansteuern möchte, kann über das kostenlos erhältliche PC-Programm „AVIC Feeds“ seine Points of Interest (POI) auf Navigationskarten selber anlegen oder Zieldaten mit anderen Nutzern austauschen.

www.pioneer.de

fang von Nachrichten oder E-Mails zu erwarten.

Weniger Besucher

„Die Rolle der Car+Sound als Spiegel der Branche hat sich in diesem Jahr auch in den Besucherzahlen niedergeschlagen. Mit 27.500 Besuchern kamen acht Prozent weniger als im vergangenen Jahr“, resümierte Andreas

Neue Autoradio-Generation von VDO Dayton ermöglicht Bluetooth-Streaming

VDO Dayton hat eine neue Autoradio-Generation auf den Markt gebracht. Die Entertainment Line 2 bietet mit vier neuen Geräten einfache und dank Bluetooth kabellose Musikwiedergabe von internen und externen digitalen Datenträgern. Sie lässt sich entweder mit einer Fernbedienung oder über einen Adapter direkt vom Lenkrad aus steuern. Außerdem bieten die vier 1-DIN-Geräte CD 2217 G, CD 2327 G, CD 2537 U und CD 2737 B mit geschwindigkeitsabhängiger Lautstärkeregelung, viermal 50 Watt (CD 2737 B, CD 2537 U) beziehungsweise viermal 40 Watt (CD 2217 G, CD 2327 G) Ausgangsleistung und sechs Soundprofilen alles für optimalen Klang. Um dem Kunden die Integration im Fahrzeug möglichst leicht zu machen, sind die Geräte nicht nur mit drei umschaltbaren Beleuchtungsfarben ausgestattet, sondern erstmals mit einem universellen Zugang für die Fahrzeugfernbedienung. Dank dieser Lösung können bis zu 16 Funktionen an den Geräten in den meisten Pkw-Modellen direkt über die Tasten am Lenkrad aktiviert werden. Zusätzlich sind die CD-Tuner mit einer Infrarot-Schnittstelle für den Einsatz einer Infrarot Fernbedienung von VDO Dayton vorgerüstet. Flaggschiff der neuen Serie ist das CD 2737 B. Es ist eines der ganz wenigen Geräte am Markt für Bluetooth-

Streaming „ADP“. Damit kann erstmals die Musik von entsprechenden MP3-Playern kabellos auf das Soundsystem des Fahrzeugs übertragen werden. Darüber hinaus liest das Top-Modell der Entertainment Line 2 die Musik von vielen anderen digitalen Datenträgern und bietet deshalb neben dem Radio-Tuner und dem CD-Schacht auf der abnehmbaren Front Steckplätze für einen USB-Stick sowie eine SD- oder MMC-Karte. Beide Schnittstellen verarbeiten Speichermedien mit

einer Kapazität von bis zu zwei Gigabyte und ermöglichen damit die unterbrechungsfreie Wiedergabe von jeweils mehr als 500 Songs. Für Audiogeräte ohne USB- oder Bluetooth-Schnittstelle bieten die neuen Systeme von VDO Dayton zudem einen konventionellen Audio-Eingang. Die Produkte unterstützen unterschiedliche Audioformate: CD-Audio, CD-R, CD-RW, MP3- und WMA-Formate können abgespielt werden.

Das Modell CD 2737 B nutzt Bluetooth nicht nur für das Musikprogramm, sondern ist mit einer entsprechenden Telefon-Schnittstelle ausgestattet. So wird das Gerät bei eingehenden oder abgehenden Gesprächen automatisch zur Freisprechanlage für jedes Bluetooth-Handy mit Headset- oder Hands-Free-Profil.

www.vdo-dayton.de



Wie in jedem Jahr sorgten auch auf der Car+Sound 2008 wieder freizügig gekleidete junge Damen an vielen Ständen für Aufmerksamkeit.

Wittur, Prokurist der Messe Sinsheim. „Die Erwartung neuer Besucherrekorde wäre in diesem Jahr vermessen gewesen, und wir sind mit der Besucherzahl nicht zufrieden. Dennoch haben wir von den meisten Ausstellern und Industrievertretern die Rückmeldung erhalten, dass sie mit dem Fachhandelsaufkommen zufrieden waren. Im nächsten Jahr wollen wir noch mehr Anbieter von (portablen) Navigationsgeräten und Edeltuning ins Boot holen und mit weiteren Maßnahmen für noch mehr Attraktivität sorgen.“

Der Markt für mobiles Info- und Entertainment wird in den kommenden Jahren weiter wachsen.

Bereits heute halten dank Bluetooth Geräte der Unterhaltungselektronik Einzug ins Fahrzeug. Die Kommunikation verschiedener Gerätegruppen untereinander ist nicht mehr fahrzeug- oder herstellerabhängig. Für den Fachhandel bietet sich hier ein breites Betätigungsfeld. Kooperationen eines UE-Händlers mit einem Fahrzeugspezialisten schließen auf einfache Weise Beratungslücken und steigern auf beiden Seiten Umsatz- sowie Kundenzahlen. Wie bei den Herstellern auch, helfen Synergien, Kundenwünsche zu befriedigen, die man alleine nicht lösen könnte.

Mit den komplexer werdenden Geräten sind die Endkunden mehr denn je auf kompetente Beratung angewiesen. Dies haben die Hersteller erkannt und bieten mittlerweile ihren Partnern zahlreiche Schulungsprogramme an, um den Fachhandel zu qualifizieren.



POS Neuheiten

Tiptel stellt VoIP-Telefon mit Komfortfunktionen vor



Tiptel hat mit dem tiptel 83 VoIP ein Telefon mit ausgezeichneter Sprachqualität und professionellen Komfortfunktionen auf den Markt gebracht. Durch den SIP-Standard, eine mittlerweile weit verbreitete Technologie in der Sprachübertragung übers Web, lassen sich zahlreiche „Internet-Telefongesellschaften“ nutzen. Zudem ist das tiptel 83 VoIP als Einzellösung einsetzbar, kann aber auch mühelos in bestehende Kom-



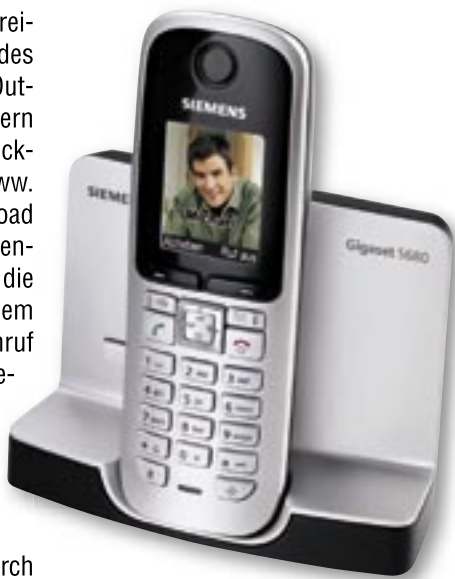
munikationssysteme integriert werden. Das neue tiptel 83 VoIP bietet unter anderem eine Besetztanzeige für Nebenstellen, beherrscht das Halten, Makeln, Vermitteln sowie die Dreierkonferenz und lässt sich im Unternehmen auch als externe Nebenstelle einsetzen. Dies ist gerade für kleinere Unternehmen ein großes Plus, da auch Heimarbeiter leicht und kostengünstig in das Firmen-Kommunikationssystem integriert werden können. Das Gerät unterstützt das mittlerweile weit verbreitete Session Initiation Protocol und kann bei bis zu fünf SIP-Providern (Anbietern für Internettelefonie) parallel angemeldet werden, um beispielsweise den jeweils günstigsten Anbieter für Auslandsgespräche zu nutzen. Die Sprachübertragung ist qualitativ hochwertig, zudem kann das tiptel 83 VoIP dank VAD (Voice Activity Detection) Sprachpausen erkennen und die

Datenrate entsprechend reduzieren. Es ist speziell auf den Einsatz mit den Telefonanlagen tiptel.com 410 bis 811 mit VoIP-Modul abgestimmt. Mit dem von Tiptel gewohnten, reduzierten europäischen Design passt das Gerät auch optisch zu bereits vorhandenen Tiptel-Anlagen. Das tiptel 83 VoIP ist ab sofort zu haben. Die UVP lautet 168 Euro netto. www.tiptel.de

Drei neue Gigaset mit Bluetooth-Funktion



Mit den Gigaset S680, S685 und S685 IP bringt Siemens Home and Office Communication Devices (SHC) gleich drei neue, mit dem IF-Designaward prämierte DECT-Telefone auf den Markt, die allesamt mit Bluetooth ausgestattet sind. Zur Komfortausstattung gehören ein großes Farbdisplay, Voll-Duplex-Freisprechen und beim Gigaset S685 ein leistungsstarker Anrufbeantworter. Mit der Variante Gigaset S685 IP können zusätzlich auch Telefonate über das Internet geführt werden – und das per HDSP (High Definition Sound Performance). Dank ECO-DECT sparen alle drei Varianten Energie und erlauben die variable Reduzierung der Sendeleistung. Über die Bluetooth-Schnittstelle lassen sich die neuen Gigaset-Modelle mit einem Bluetooth-Headset nutzen oder mit Handys, PDAs, PCs und Notebooks verbinden, um Kontaktdaten und Bilder auszutauschen. Für eine reibungslose Synchronisation des Adressbuchs mit dem PC (MS Outlook) und den Download von Bildern sorgt die kostenlose Gigaset Quick-Sync-Software, die unter www.siemens.de/gigaset zum Download bereitsteht. Bis zu 250 Kontaktdaten-sätze passen in jedes Telefon, die wichtigsten davon können mit einem Foto versehen werden, das bei Anruf auf dem großen Farbdisplay angezeigt wird (Picture CLIP). Die Hybridvariante Gigaset S685 IP ist mit einem Anschluss für den DSL-Router und einem für das Festnetz ausgestattet. Zwischen diesen Optionen kann durch



Drücken der grünen Hörertaste gewechselt werden. Die IP-Funktionalität erweitert die Möglichkeiten nicht nur um preiswerte Internetgespräche, sondern auch um zusätzliche Services wie beispielsweise das kostenlose Klicktel-Onlinetelefonbuch, einen Wetterdienst als Bild-

TravelPilot 200 ergänzt Blaupunkt PND-Programm



Mit dem TravelPilot 200 bringt Blaupunkt einen neuen PND (Portable Navigation Device) auf den Markt, der sehr schnell ortet, ebenso schnell Routen berechnet sowie sehr zuverlässig und dynamisch navigieren kann. Die Zielführung des TravelPilot 200 erlaubt fünf verschiedene Routenoptionen: Kurze und schnelle Wegstrecken sowie optimale, ökonomische und ökologische Routen. Bei letzteren wird ein Optimum aus Weg und Zeit errechnet. Darüber hinaus bewertet das Gerät dank eines integrierten TMC-Empfängers und integrierter TMC-Antenne die aktuelle Verkehrslage. In gut versorgten Empfangsgebieten kann auf die im Lieferumfang enthaltene TMC-Antenne verzichtet werden. Dabei kann der TravelPilot auch bei nicht aktivierter Zielführung Informationen über gemeldete Staus anzeigen und vor Verkehrsstörungen warnen. Der TravelPilot 200 ermöglicht ferner eine erleichterte Eingabe von Städtenamen, grafische und akustische Warnhinweise bei Tempo-limits und über einen Lichtsensor automatisches und situationsgerechtes Umschalten des Displays auf Tag- und



Nachtdarstellung. Darüber hinaus lassen sich auf dem Bildschirm jederzeit auch die gefahrene Geschwindigkeit, die voraussichtliche Ankunftszeit und die verbleibende Fahrzeit sowie die Entfernung zum Ziel anzeigen. Die Navigationsdaten der verschiedenen Kernländer – zum Beispiel Deutschland, Österreich, Schweiz – sowie der Hauptstraßen Europas sind bereits im Gerät gespeichert, ebenso wie Points of Interest. Darüber hinaus lassen sich über ein PC-Programm auch persönliche Sonderziele auf einer SD-Karte speichern und als Fahrziel auswählen. Die Bedienerergonomie in einem sehr flachen Gehäuse mit auffallend wenigen Bedienelementen ist dank einer sich selbst erklärenden Menüstruktur auch durch die farbliche Unterteilung der Menüebenen sehr übersichtlich gestaltet. Eindeutige Fahrempfehlungen auf dem 3,5-Zoll-Farbdisplay sowie die Ansage von Straßen- oder Autobahnnummern erlauben auch ungeübten Anwendern schnell sicheres und stressfreies Navigieren im Straßenverkehr.

www.blaupunkt.de

schirmschoner oder das Gigaset.net, über das alle Besitzer eines Gigaset-IP-Telefons kostenlos miteinander telefonieren können.

Ein besonderes Kennzeichen des Gigaset S685 IP ist die Sprachübertragung per HDSP. Durch die Nutzung des speziellen Übertragungscodecs G722 wird die menschliche Stimme in doppelter Bandbreite – verglichen mit herkömmlichen Telefonaten – wiedergegeben, so dass der Gesprächspartner so klingt, als ob er direkt neben dem Gesprächspartner stünde; vorausgesetzt, er besitzt ebenfalls ein HDSP-fähiges Telefon.

Die komfortable Ausstattung mit großem Farbdisplay, Voll-Duplex-Freisprechen, Headsetanschluss, SMS und vielem mehr wird auch höheren Ansprüchen gerecht. Die Gigaset S685 und S685 IP sind mit einem komfortablen Anrufbeantworter mit 40 Minuten Aufzeichnungszeit ausgestattet, der über eingehende Anrufe auf Wunsch auch per SMS informiert. Das hochwertige und nutzerfreundliche Design der Telefone wurde bereits mit einem IF-Designaward ausgezeichnet.

Ideal für Familien ist die Erweiterbarkeit auf bis zu sechs Mobilteile, bei der IP-Variante Gigaset S685 IP sind drei Gespräche gleichzeitig – ein analoges und zwei über IP – möglich. Außerdem lassen sich bis zu sechs unterschiedliche VoIP-Profilen einstellen. Dank ECO-DECT und stromsparenden Schaltnetzteilen senken die neuen Telefone den Energieverbrauch um bis zu 60 Prozent im Vergleich zu herkömmlichen Gigaset-Telefonen und erlauben die variable Reduzierung der Sendeleistung. Der ECO-Modus senkt die Sendeleistung auch im Gespräch und bei Betrieb mehrerer Mobilteile um 80 Prozent.

Die neuen Gigaset Telefone sind ab sofort im Handel erhältlich, das Gigaset S680 kostet 89,99 Euro, das Gigaset S685 mit Anrufbeantworter 109,99 Euro und die IP-Variante Gigaset S685 IP 139,99 Euro. Ein zusätzliches Mobilteil Gigaset S68 H inklusive Ladeschale gibt es für 89,99

OLYMPIA INTERNETRADIO-MICROANLAGE
mit Ethernet und WLAN, CD-Player, USB-Steckplatz/SD-Kartenfach
Mehr Informationen erhalten Sie unter:
www.olympia-business.de

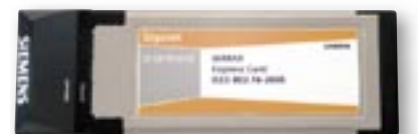
Euro (alle Preisangaben sind unverbindliche Verkaufspreisempfehlungen). Ab Ende Mai werden auch ISDN-Varianten verfügbar sein.

www.gigaset.de

Siemens WiMAX-Karte mit bis zu 20 Mbps



Siemens Home and Office Communication Devices (SHC) ergänzt mit der Express-Karte Gigaset SE68 WiMAX sein Portfolio von WiMAX-Endgeräten. Mit der Karte können Nutzer auch unterwegs mit ihrem Computer auf das Internet und Online-Dienste zugreifen. Sie ermöglicht mobilen Internetzugang mit einer Datenrate von bis zu 20 Mbps und damit auch unterwegs die Nutzung von datenintensiven Anwendungen und Services. Diese Nutzungsmöglichkeiten erhöhen die Mobilität und Flexibilität sowohl für den beruflichen als auch privaten Einsatz. Gigaset SE68 WiMAX entspricht den Wave-2-Spezifikationen und bietet daher optimierte Leistung, Datendurchsatz und Netzabdeckung. Die



Karte ist ab Sommer 2008 für die Frequenzbänder von 2,5 und 3,5 GHz lieferbar. Sie unterstützt den Idle-Mode des Computers und reduziert dadurch den Batterieverbrauch. Mit Hilfe eines Adapters kann die Express-Karte auch über eine USB-2.0- oder PC-Karten-Schnittstelle betrieben werden. Die mitgelieferte CD sorgt für die einfache Installation der Software und führt in wenigen Schritten durch die Einstellungen.

www.gigaset.de

Das neue Nokia 6212 UMTS-Telefon ist auch mit NFC-Technologie ausgestattet



Nokia hat das Nokia 6212 classic mit NFC-Technik (Near Field Communication) ins Sortiment aufgenommen. Mit dem neuen UMTS-Mobiltelefon können die Nutzer ihre Inhalte bequem untereinander austauschen und via NFC-Technologie durch einfaches Berühren auf Dienste und Informationen zugreifen oder ein Ticket kaufen. Die Auslieferung des Nokia 6212 classic beginnt voraussichtlich im dritten Quartal 2008. Der Verkaufspreis ohne Vertrag und Mehrwertsteuer wird bei voraussichtlich 200 Euro liegen. Near Field Communication ermöglicht die intuitive, einfache und sichere Interaktion zwischen elektronischen Geräten. Durch das Berühren eines NFC-fähigen Funkchips (Tag) lassen sich neue Inhalte, beispielsweise Internetadressen, Audio-dateien oder Kontaktdaten, direkt auf das Mobiltelefon übertragen. Auch können über solche Tags Profile oder Anwendungen im Mobiltelefon aktiviert werden – zum Beispiel das UKW-Radio oder der Internet-Browser. Fotos und Videos



werden bei Bedarf durch gegenseitiges Berühren zweier NFC-fähiger Geräte einfach ausgetauscht. Auch das Koppeln von zwei NFC-fähigen Bluetooth-Geräten erfolgt durch einfaches Berühren der Geräte. Das Nokia 6212 classic lässt sich auch als Fahrkarte oder für mobile Zahlungen nutzen. Fahrkarten können somit über das Mobilfunknetz bezahlt werden. Dadurch entfällt lästiges Warten am Fahrkartenschalter. Die Nutzer können ihre Kreditkarteninformationen im Gerät speichern und direkt vom Gerät aus über das Internet auf ihr Konto zugreifen. Das Nokia 6212 classic unterstützt außerdem das Erstellen und Bearbeiten individueller NFC-Tags, beispielsweise zum Schreiben von Kalendereinträgen oder zum Aktivieren der Weckfunktion. Es bietet außerdem umfassende Funktionen, darunter eine 2-Megapixel-Kamera, ein helles QVGA-Display mit 5,1 cm Displaydiagonale, ein UKW-Stereo-Radio und einen Musik-Player, der viele der gängigen Musikformate unterstützt. www.nokia.de

PoS Aktuell

ENO bittet Partner und Kunden um Feedback

Verändertes Portfolio, ein neues Erscheinungsbild, veränderte Kundenansprache, erweiterte Zielgruppen und ein stark erweitertes Dienstleistungsangebot sind nur einige der Entwicklungen der letzten beiden Jahre beim Nordhomer Distributor ENO. Erfolg misst ein Unternehmen in erster Linie in Zahlen. Mit diesen ist der Distributor zufrieden. Jetzt sollen auch alle nicht monetär messbaren Leistungen beurteilt werden. Dazu bittet ENO alle Kunden und Partner um ein Feedback. Der kurze Fragebogen steht allen Interessierten online unter www.eno.de zur Verfügung. Als Dankeschön für die Mühe erhält jeder Teilnehmer der Onlinebefragung ein ENO Schreibbuch. Weiterhin hat ENO gerade eine Aktion mit Nokia Akkus gestartet: Fachhändler, die Original Nokia-Akkus über ENO beziehen, bekommen bei Bestellungen ab 200 Euro Warenwert einen Rabatt von fünf Prozent. Wer für mehr als 366 Euro bestellt, erhält zusätzlich das Nokia Bluetooth Headset BH-303 kostenlos mitgeliefert. Für Händler, die bereits Akkus haben, aber nicht sicher sind, ob es Original-Ware ist, bietet der Akku-Check die Antwort. Seit Ende 2004 hat Nokia

alle Original-Akkus mit einem Hologramm und einem eindeutigen Code versehen. Entsprechende Tips und Informationen sowie POS-Material zur Aktion gibt es direkt unter www.eno.de im Aktionsbereich. Neues über die EGO-Serie und die Audio-Freisprechanlagen erfahren Fachhändler auf den Stammtischen in Düsseldorf, Hannover, Karlsruhe und München. Experten von ENO und Funkwerk Dabendorf beantworten dort Fragen zu den Produkten und liefern praxisnah die Verkaufsargumente, die im Shop beim Verkauf helfen sollen. Auch mögliche Fragen der Kunden werden hier bereits im Vorfeld beantwortet. Alle Händlerstammtische starten um 19.30 Uhr und bieten neben vielen Informationen auch ein paar Snacks und interessante Gespräche mit Kollegen aus der Branche. Die Termine: 19.5.: Düsseldorf; 20.5.: Hannover; 28.5.: Karlsruhe; 29.5.: München. Mehr Informationen gibt es direkt beim ENO-Ansprechpartner. www.eno.de

Falk Online-Portal ist jetzt mehrsprachig

Das Online-Portal www.falk.de bietet seine kostenlosen Services ab sofort in sechs Sprachen an. Der Falk Routenplaner, die Stadtplan- sowie Hotelsuche stehen den Nutzern jetzt in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch, Niederländisch, Italienisch und Spanisch zur Verfügung.

Canalys Studie sieht Garmin weltweit auf Platz eins bei portablen Navis

Garmin hat bekanntgegeben, dass das Unternehmen im Jahr 2007 weltweit mehr portable Navigationssysteme (PNDs) verkauft hat als jeder andere Hersteller in diesem Bereich. Diesen Angaben zufolge ist Garmin weiterhin globaler Marktführer im Bereich portable Satellitennavigation. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie von Canalys, einem der führenden unabhängigen Analystenhäuser für den Technologiemarkt.

„Die Zahlen belegen unsere Innovationsfähigkeit und honorieren das Engagement unserer Mitarbeiter, die unsere Navigationsgeräte ständig verbessern und dabei stets die Zufriedenheit unserer Kunden vor Augen haben“, so Cliff Pemble, President und Chief Operating Officer von Garmin. Besonders bemerkenswert bei den Canalys-Zahlen sei, dass diese nur die PND-Verkäufe beinhalten und die große Nachfrage nach Garmin-Produkten in den Bereichen Outdoor, Fitness sowie See- und Luftfahrt nicht berücksichtigen.

Garmins breite Marktpräsenz ist einer der entscheidenden Gründe, warum sich das Unternehmen als weltweit führender Anbieter im Bereich Satellitennavigation etablieren konnte. Seit der Unternehmensgründung 1989 hat Garmin über 31 Millionen GPS-fähige Geräte verkauft – mehr als jedes andere Unternehmen in der Branche. Mit einem Jahresumsatz von 3,18 Milliarden US-Dollar in 2007 erzielte Garmin eine Umsatzsteigerung von 79 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Zusätzlich zu einem 115prozentigen Wachstum im Automotive-Bereich konnten auch die Umsätze in den Bereichen Outdoor/Fitness (plus 19 Prozent), Marine

(plus 22 Prozent) und Luftfahrt (plus 27 Prozent) stark zulegen und im Jahr 2007 über ein Viertel zum Garmin Gesamtumsatz beitragen.

Chris Jones, Vice President und Principal Analyst bei Canalys, begründet das eindeutige Ergebnis der Untersuchung: „Die weltweite Marktführerschaft bei mobilen Navigationsgeräten im Jahr 2007 ist das Resultat eines durchgängig guten Geschäfts in Europa. Dort wurden gegenüber 2006 mehr als doppelt so viele Systeme verkauft. Das hat zu einer deutlichen Steigerung des Marktanteils in Europa geführt. Auch im boomenden US-Markt, der 2007 auf 34,7 Prozent des weltweiten Gesamtmarktes gewachsen ist, konnte Garmin seine Führungsposition deutlich behaupten. Bei einer Vervielfachung des Marktvolumens gegenüber 2006 erreichte das Unternehmen hier einen Marktanteil von 47 Prozent.“

Ein weiterer wichtiger Grund für den anhaltenden Erfolg ist die Unabhängigkeit von Drittanbietern im Bereich Forschung, Entwicklung und Produktion. Durch die Inbetriebnahme der dritten eigenen Fabrik im vergangenen Jahr (Linkou, Taiwan) konnte diese Unabhängigkeit langfristig gesichert und das Produktionsvolumen gesteigert werden – Lieferengpässe aufgrund von unzureichenden Produktionskapazitäten sind bei Garmin kein Thema. Forschung und Entwicklung im eigenen Haus garantieren zudem kurze Entwicklungszeiten und bieten die Möglichkeit, auf neue Herausforderungen des Marktes schnell und flexibel reagieren zu können. www.garmin.de



Der Live-Auftritt der Band Stanfour war eines der Highlights der Party, die sich an das Trendforum von vybemobile anschloss.

vybemobile Trendforum analysiert jungen Lifestyle

Beim ersten Trendforum von vybemobile, der Musik- und Lifestylemarke der E-Plus Gruppe, haben sich in Düsseldorf Insider und Experten mit dem Thema Jugendkultur auseinandergesetzt. Dr. Stefan Kaas, Marketing Director der E-Plus Gruppe für vybemobile und BASE, demonstrierte die gute Mischung von Musik und Mobilfunk als attraktives Angebot für die junge Zielgruppe. Als Beispiel dafür nannte er die neue vybemobile Kampagne mit Hip-Hop-Superstar Snoop Dogg. Während der Managing Director Strategic Marketing von Universal Music, Christopher Gersten, aufzeigte, wie Musik Marken und Lifestyleprodukte beleben und emotional aufladen kann, fokussierte der Beitrag des Produzenten und Autors Tim Renner Popkultur und speziell Musik als Phänomen der Jugend und Mittel zur Abgrenzung sowohl zwischen den Generationen als auch innerhalb der Jugendkultur. Die Rolle von Mediennutzung, Technik und Telekommunikation im Alltag von jungen Menschen analysierte Professor Dr. Klaus Hurrelmann, Leiter der letzten Shell-Jugendstudie. Er hob hervor, dass nach aktuellen Untersuchungen Mediennutzung und Kommunikationstechnik aus vielen Jugendzimmern nicht mehr wegzudenken sind. Zum Abschluss des Trendforums interviewte 1live-Moderator Jan-Christian Zeller, der auch durch die Veranstaltung führte, die Newcomer-Band Stanfour. Die vier Musiker erzählten ihre Erfahrungen, „vom Fan zum Idol“ zu werden. Insgesamt zeigten die unterschiedlichen Perspektiven der Beiträge, dass Musik und Jugendkultur nicht voneinander zu trennen sind und der Weg zur jungen Zielgruppe über Musik, Entertainment und Lifestyle sehr erfolgversprechend ist. Auf der Party im Anschluss an das vybemobile Trendforum feierten rund 250 geladene Gäste in der Düsseldorfer „Kantiner“, unter anderem mit Live-Musik der Band Stanfour. www.vybemobile.de

Falk setzt damit seine internationale Expansionsstrategie fort. „Mit monatlich bis zu 85 Millionen Page-Impressions und etwa sechs Millionen IVW-geprüften Visits gehört Falk.de zu den beliebtesten Mapping-Anbietern in Deutschland“, so Andreas Dollmayer, Senior Product Manager von Falk Online. „Mit der Internationalisierung von Falk Online machen wir unsere bewährten Kerndienste und -technologien einem weiten Personenkreis zugänglich.“ Erreichbar sind die mehrsprachigen Dienste über www.falk.de und www.gofalk.com. Die Sprache kann auf der Startseite oder jeder Unterseite ausgewählt werden. Vermarktet werden die mehrsprachigen Falk Inhalte und Services – wie auch die deutschsprachige Version – von Maitdumont Media, einem der führenden Vermarkter von Reise-, Freizeit- und Mobilitäts-Medien in Europa. Zum Portfolio gehören Marken wie Marco Polo, Baedeker, ADAC, DuMont, Falk, Lonely Planet und viele mehr. www.falk.de www.gofalk.com

Neuer Mailservice für Handybesitzer von GMX

Mit einem neuen Service von GMX werden eingehende E-Mails jetzt auch automatisch und direkt mobil zugestellt und im E-Mail-Programm des Mobiltelefons angezeigt. Wie beim PC stehen über den Mail Client des Handys zudem alle wichtigen Mailfunktionen bereit. Um das neue Angebot zu nutzen, müssen Anwender auf ihrem IMAP-IDLE-fähigen Handy mit E-Mail-Funktion einmalig ein IMAP-Konto für ihr GMX Postfach einrichten. Eine leicht verständliche Anleitung findet sich im GMX Online-Postfach unter dem Menüpunkt E-Mail. Das mobile E-Mail-Angebot GMX Push E-Mail steht ab sofort in den Paymail-Tarifen ProMail und TopMail von GMX zur Verfügung. Ist der Mail Client des Geräts konfiguriert, haben Anwender ihre E-Mail-Kommunikation mit dem neuen Dienst stets im Blick. Ein aufwendiger Login ist nicht mehr notwendig.

Da für das Abrufen oder Versenden der E-Mails Verbindungskosten des Mobilfunkanbieters entstehen, werden Dateianhänge nicht automatisch geladen. Der Nutzer kann so selbst entscheiden, ob er zum Beispiel eine große Bilddatei im Handy speichern möchte – und dann jederzeit den Download des angehängten Files starten. www.gmx.de

Zwei neue Mitarbeiter im Vertrieb bei Brightpoint

Martin Schinzel (34) und Marco Herges (32) verstärken ab sofort das Vertriebsteam der Brightpoint Germany GmbH. Schinzel, gebürtiger Nürnberger, war zuletzt bei NT Plus als Vertriebsbeauftragter im Außendienst für den Fachhandel in Bayern und Baden-Württemberg tätig. Weitere Station seiner insgesamt siebenjährigen Tätigkeit in der Tk-Branche war das Nokia System Center in Nürnberg. Dort war er stellvertretender Vertriebsleiter. Bei Brightpoint ist Schinzel als Key Account Manager für die Betreuung der Media Märkte und Saturn Häuser zuständig. Der aus Wittlich stammende Herges verstärkt als Account Manager das Brightpoint Team im Bereich „Neue Vertriebskanäle“. Herges arbeitete vor seinem Eintritt bei den Trierern als Key Account Manager bei einem Unternehmen der Kino- und Freizeitbranche. Davor war er als stellvertretender Geschäftsführer im Familienbetrieb tätig. www.brightpoint.com

Oliver Borst leitet Herweck Dienstleistungszentrum

Oliver Borst hat die Leitung des Herweck Dienstleistungszentrums übernommen. Der 37jährige blickt auf 15 erfolgreiche Jahre in der Tk-Branche zurück. Er arbeitet bereits seit 1999 bei Herweck und begann seine Karriere im Vertrieb, den er ebenso gut kennt wie den Einkauf von Festnetz- und Mobilfunkdienstleistungen. In seiner neuen Funktion leitete Borst bereits einige Neuerungen ein. Fach-

händler erreichen Borst unter 06849-9009-200 und per E-Mail unter oborst@herweck.de. www.herweck.de

freenet prämiiert pfiffige Marketing-Aktionen

freenet hat den „Marketing-Oskar“ gestartet. Ab sofort wird Monat für Monat die beste Marketing-Aktion bei den Partnern prämiiert. Besonders kreative und aufmerksamkeitsstarke Aktionen werden dann nicht nur mit einem hübschen „Oskar“ ausgezeichnet, sondern der Gewinner erhält zusätzlich bis zu 1.500 Euro Marketingkostenzuschuss. Beratungsqualität und Service alleine reichen am Point of Sale nicht aus, um gute Geschäfte zu machen. Der persönliche Einsatz ist mehr denn je gefragt. Pfiffige Marketingaktionen sind ein probates Mittel, um die Aufmerksamkeit des Kunden zu gewinnen. Wer dann noch mit einem guten Angebot und Beratungsqualität punkten kann, macht das Rennen. Genau diese Kombination will freenet bei den Shop- und Fachhandelspartnern stärken. Der „Marketing-Oskar“ soll den nötigen Anreiz bieten, noch mehr aufmerksamkeitsstarke Aktionen umzusetzen. Gefragt ist bei dem Wettbewerb nicht nur die Kreativität der Partner, sondern auch der messbare Erfolg. „Sportlicher Wettstreit belebt grundsätzlich das Geschäft“, ist sich Markus Hüßmann als Leiter Marketing bei der freenet AG sicher. Der „Marketing-Oskar“ solle aber nicht nur für zusätzlichen Anreiz bei den Partnern sorgen: „Die besten Ideen finden mit Sicherheit Nachahmer und sorgen so auch bei den Kollegen für mehr Absatz.“ Der Wettbewerb um den „Marketing-Oskar“ ist auf dem Partnerportal „maui“ integriert. Hier ist ein Bewerbungsbogen hinterlegt, der mittels sechs gezielter Fragen sowie ergänzenden Bildern der Aktion die jeweilige Grundlage für die Auslosung bilden soll. Die drei besten Ideen des Monats werden mit einem zusätzlichen Marketingkostenzuschuss (MKZ) belohnt. www.freenet.de

Nokia: Music Store in Deutschland gestartet

Auf zu neuen Ufern

Bereits im letzten Jahr hat sich Nokia verstärkt um neue Segmente bemüht und mit Ovi den Aufbau eines eigenen Internet-Portals begonnen. In diesem Jahr wird sich das Unternehmen noch stärker in neuen Märkten bewegen. Ein weiterer Schritt in diese Richtung ist die Eröffnung des Nokia Music Stores.

Mit der zunehmenden Sättigung des Marktes im Hardwaregeschäft hat sich Nokia im vergangenen Jahr dem Aufbau neuer Geschäftsfelder gewidmet. Es genügt nicht mehr, gute Geräte herzustellen, der Kunde erwartet weitergehende Angebote rund um sein Mobiltelefon. Hierzu gehören Services sowie zusätzliche Softwareangebote, die den Einsatzbereich seines Handys erweitern.

Auf diese Entwicklung haben die Finnen in 2007 reagiert, mehrere Softwareunternehmen gekauft und mit dem Aufbau einer eigenen Internet-Präsenz begonnen. „Service und Software schaffen neue Möglichkeiten, den Markt weiter voranzutreiben“, so Heikki Tarvainen, General Manager Nokia Deutschland. „Derzeit sind alleine in Deutschland rund

65 Millionen Handys im Umlauf, und in 2007 wurde weltweit nur mit Musik-Downloads ein Umsatz von 168 Millionen Euro gemacht.“ Vor diesem Hintergrund ist der Start des Nokia Music Stores ein logischer Schritt. Mit Millionen von Titeln nationaler wie internationaler Künstler sowie einer großen Auswahl von Musik unabhängiger Labels bietet der Store Anwendern die Möglichkeit, ihre Lieblingsmusik über eine W-LAN-Verbindung oder jedes Mobilfunknetz direkt auf ihr Nokia Gerät oder aber auf ihren PC herunterzuladen. Der

Store ist Teil des Nokia Angebotes an Internetdiensten unter der Marke Ovi. „Mobile Entertainment wird immer wichtiger“, so Tarvainen, „und Ovi ist hier für uns ein sehr wichtiger Schritt, um

die sich verschmelzenden Märkte weiter bedienen zu können.“

Um diesen selbst gestellten Ansprüchen zu genügen, wurden bei der Konzeption des Nokia Music Stores die Anforderungen der Anwender umgesetzt. Eine der Besonderheiten des Stores ist, dass sich die Musiksammlung über USB-Kabel in beide Richtungen synchronisieren lässt. Titel können so nicht nur vom PC auf ein Nokia Gerät, sondern auch umgekehrt übertragen werden. Damit entfällt die Notwendigkeit, einen Download zweifach auszuführen, um ihn mobil und auf dem PC abspielen zu können.

„Der Nokia Music Store schließt eine bislang vorhandene Lücke zwischen PC und mobilen Geräten“, erläutert Anke Fleischer,

Der Nokia Music Store bietet ein kombiniertes Angebot an Download- und Streaming-Diensten. Es stehen Millionen von Titeln nationaler wie internationaler Künstler sowie eine große Auswahl von Musik unabhängiger Labels zum Download bereit. Die Preise reichen von 1 Euro pro Lied bis 10 Euro pro Album.

Head of Central Europe, S&S Entertainment & Communities, Nokia. „Indem wir den dualen Download durch die Zwei-Wege-Synchronisation ersetzen, bieten wir Kunden einen Weg, jederzeit auf ihre gesamte Musiksammlung zuzugreifen und diese auch unterwegs zu erweitern, ohne den gleichen Titel am PC noch einmal herunterladen zu müssen.“ Nach wie vor steht bei Nokia der Händler im Vordergrund.

„Für 2008 ist eines unserer wichtigsten Aufgaben, Software und Services in die Läden zu bekommen“, erläutert Heikki Tarvainen. „Ovi ist die Plattform für derartige neue Angebote. Eine Möglichkeit

für den Händler, hier Geld zu verdienen, ist der Verkauf der Content-Card. Diese Karten funktionieren ähnlich wie die bekannten Pre-Paid-Karten aus dem Mobilfunkgeschäft.

Der Kunde kauft eine Karte mit einem bestimmten Guthaben beim Händler, um Inhalte aus dem Ovi-Portal bezahlen zu können. Mit dem ersten Download wird die Karte aktiviert und bleibt unbegrenzt gültig, bis das Guthaben verbraucht ist. Der Händler seinerseits muss die Karten jedoch erst bezahlen, wenn diese aktiviert wurden. So entstehen keine Kosten durch Vorratshaltung.“

www.nokia.de

Sony Ericsson: XPERIA X1 mit Windows Mobile 6.1

Start im Premiumsegment

Die Welt der Konsumenten und Kunden ist in Bewegung. Eine riesige Palette von Multimedia-Diensten und -Inhalten bietet nahezu unbegrenzte Möglichkeiten für den Nutzer. Mit dem XPERIA X1 löst Sony Ericsson noch in diesem Jahr sein Versprechen ein, ein First-Class-Programm aufzubauen.

Mit der Marke XPERIA gibt das schwedisch-japanische Konsortium die Antwort auf das steigende Bedürfnis der Verbraucher nach mobiler Kommunikation über das Internet und mobilem Multimediaerlebnis. Mit dem XPERIA X1 kann man seine mobilen Erlebnisse persönlich gestalten und gleichzeitig die Übersicht behalten. Die neu entwickelte, panelbasierte Touchscreen-Oberfläche lässt sich auf den Benutzer und seine individuellen Anforderungen zuschneiden. Dieser aktive Desktop ermöglicht es, die Benutzeroberfläche des Handys nach Belieben zu organisieren und zu gestalten. Je nach Anwendungsszenario ist dann ein Wechsel

zwischen den verschiedenen Bildschirmen per Tastendruck möglich.

Das Betriebssystem des Arc-Slider-Handys ist Windows Mobile 6.1. Die Kombination mit der

einzigartigen Panel-Benutzeroberfläche ermöglicht ein benutzerfokussiertes Bedienen mit diversen Verbindungs-, Messaging- und Multimedia-Funktionen.

„Mit dem XPERIA X1 und der neu entwickelten Benutzeroberfläche gehen wir auf die Individualität der Nutzer ein. Jeder kann sich sein Handy so gestalten, wie es für ihn ideal ist – das war bislang in dieser Form nicht möglich. Mit dem X1 hat man also tatsächlich sein eigenes, persönliches Handy“, so Gunter Thiel, Marketingleiter bei Sony Ericsson Deutschland.

Der Arc-Slider bietet ein 3 Zoll großes, kontrastreiches WVGA-Display mit einer Auflösung von 800 x 480 Pixeln und eine vollwertige QWERTZ-Tastatur. Verpackt wurde dies in ein hochwertiges Metallgehäuse. Erstmals an Bord: Windows Mobile. Das XPERIA X1 bietet damit die Möglichkeit, überall und jederzeit mul-



Die besondere Arc-Slider-Bauform gibt dem XPERIA X1 ein individuelles und einzigartiges Äußeres. Das Mobiltelefon ist ein Quad-Band UMTS/HSDPA/HSUPA- und Quad-Band GSM/GPRS/EDGE-Handy mit Windows Mobile 6.1-Betriebssystem. Die Bedienung erfolgt bequem per Touchscreen.

timediale Inhalte abzuspielen und effizient zu arbeiten.

„XPERIA ist die erste Marke, die ausschließlich aus dem Haus Sony Ericsson kommt. Sie steht stellvertretend für unsere Vision von einer einzigartigen Art der Kommunikation im Premiumbereich“, so Gunter Thiel, Marke-

tingleiter Sony Ericsson Deutschland. „Der Launch der Marke und die Ankündigung des X1 für die zweite Jahreshälfte wird die Marke Sony Ericsson als solches stärken und zeigt die innovative Kraft des Unternehmens – in Design und Technik.“

www.sony-ericsson.de



Nachdem Nokia seinerzeit mit dem Communicator erstmals einem Mobiltelefon eine vollwertige Tastatur bescherte, stattet auch Sony Ericsson sein kommendes Premium-Gerät mit einer leichtgängigen QWERTZ-Tastatur aus.

Sony mit kompletter Wertschöpfungskette „Das beste Imagingprodukt für die jeweilige Situation“

Zu einer Pressereise ganz besonderer Art hatten Sony Consumer Imaging, Sony Ericsson und Sony Professional Solutions Europe Ende März gebeten. Die heterogene Mischung von Gastgebern und Gästen schien ungewöhnlich, zumal es im Gegensatz zu den üblichen Pressekonferenzen keinerlei Neuheiten zu sehen gab. Das Ergebnis war um so spannender, denn Sony gelang es, sein umfangreiches Imaging-Portfolio, vom Kamerahandy bis zur professionellen Videomaschine für die Spielfilmindustrie, als in sich stimmiges System zu präsentieren. Mit dem Veranstaltungsort Istanbul wurde ein Ort gefunden, der diese Gegensätzlichkeit innerhalb eines abgerundeten Ganzen symbolisch repräsentiert.

Christian Rauch, Business Group Manager Digital Imaging and Personal Audio bei Sony, führte aus, dass das Unternehmen sich in der jüngsten Vergangenheit beim Imaging vollkommen neu aufgestellt habe. „Sony hat eine 180-Grad-Wende bei der Entwicklung von Produkten vollzogen“, so Rauch. „Wir identifizieren jetzt zunächst die Kundenbedürfnisse und Zielgruppen, um dann für diese maßgeschneiderte Geräte und Lösungen zu entwickeln. So haben wir es geschafft, eine komplette Wertschöpfungskette im Markt zu etablieren.“

Geänderte Denkweise

Mit der Segmentierung der Zielgruppen lassen sich die einzelnen Produktbereiche eindeutig charakterisieren. „Bei uns stehen jetzt die Konsumenten im Fokus, und Ziel unseres Handelns ist es, dem Nutzer das beste Imagingprodukt für die jeweilige Situation an die Hand zu geben“, so Christian Rauch. Das Unternehmen entwickelte sich weg von der ingeni-

eursgetriebenen Denkweise vergangener Zeiten, hin zu einer anwendergetriebenen Denkweise. Rauch: „Es geht uns nicht mehr darum, eine Technik oder einen Standard in den Mittelpunkt zu stellen. Bei uns genießt jetzt der Konsument höchste Priorität. Er soll aus unserem Sortiment genau das Produkt wählen können, das im entsprechenden Augenblick seinen Bedürfnissen optimal entspricht.“

Dabei lege Sony großen Wert darauf, ein Qualitätsversprechen nicht nur zu geben, sondern auch in die Tat umzusetzen. Gemeinsam mit renommierten Partnern wie Carl Zeiss und Sony Ericsson arbeite man ständig an der Verbesserung der für die Bildqualität entscheidenden Parameter und an der Optimierung der benutzerfreundlichen Bedienoberfläche. „In der Produktbreite, in der Sony dieses Vorhaben umsetzen kann, kann das kein anderes Unternehmen.“

Wie breit das gesamte Imaging-Portfolio von Sony ist und wie die



Gaben ihren Gästen einen Einblick in die unterschiedlichen Imagingbereiche des Sony Konzerns: (v. l.) Claus Pfeifer, Group Manager, Technical Product Management DACH, Professional Solutions Europe, Sebastian Drawert, Senior Product Manager Digital Imaging/SLR, Consumer Marketing, Steffen Grosch, Produktmanager Mobiltelefone, Sony Ericsson, Kai Fischer, Produktmanager Zubehör, Digital Imaging Marketing, Britt Zimmermann, Produktmanager Cyber-shot, Consumer Marketing, Masaomi Ando, Product Group Manager, Digital Imaging, Consumer Marketing, Christian Rauch, Business Manager Digital Imaging and Personal Audio Sony, und Guido Reichelt, Senior Product Manager, Home Video Marketing.

genannten Vorgaben in den einzelnen Bereichen umgesetzt werden, wurde im Anschluss erläutert. Die Redner begannen mit Fotogeräten für Einsteiger, also Mobiltelefonen und Kompaktkameras, und widmeten sich dann den engagierten Fotografen, die Sony durch das α -Spiegelreflexsystem bedient. Es folgten Ausführungen zum Thema Bewegtbild. Auch hier galt das Interesse zunächst dem Endkonsumenten, bevor zu professionellen Videosystemen und schließlich zum umfassenden Zubehörsortiment von Sony übergeleitet wurde.

Qualitätsversprechen

Steffen Grosch, Produktmanager beim Handyhersteller Sony Ericsson, unterstrich, dass sein Arbeitgeber bei den Mobiltelefonen der Untermarke Cyber-shot (ohne Bindestrich) das Versprechen hinsichtlich einfacher Bedienung und hoher Bildqualität halte, das Sony bereits mit der Einführung der Cyber-shot (mit Bindestrich) Kameras gegeben habe.

Sony Ericsson habe frühzeitig begonnen, Fotografie in Handys zu integrieren, führte Grosch aus. So sei beispielsweise schon 2002

mit dem T68i ein Handy auf den Markt gekommen, das man mit Hilfe einer Aufsteckkamera um die Fotofunktion erweitern konnte. Bis im Jahr 2007 das Sony Ericsson K800 als erstes Cybershot Handy auf den Markt kam, habe man beispielsweise durch die Einführung des Dual Front Designs die Ernsthaftigkeit des Engagements für Foto unterstrichen. Grosch: „Mit dem K700i und dem S700i sind die ersten Modelle auf den Markt gekommen, deren Rückseite optisch der einer Cyber-shot Kamera entsprach.“ Inzwischen seien immer mehr



Am Rande der Pressekonferenz in Istanbul konnten sich die Teilnehmer auch über das breitgefächerte Imaging-Portfolio von Sony informieren und sich von den Sony Experten mit Details und Hintergrundinformationen versorgen lassen.



Natürlich wurde die Presseveranstaltung durch eine Exkursion durch Istanbul abgerundet, bei der die Teilnehmer die Sony Imagingprodukte ausgiebig ausprobieren konnten.

Technologien in die Handys eingeflossen und mit dem K850i habe man ein Modell vorgestellt, das dem Anwender unter anderem mit einem Fünf-Megapixel-Chip, Blitz und Linsenabdeckung das Gefühl gebe, eine reine Fotokamera nicht mehr unbedingt mitführen zu müssen. Grosch versprach, dass sich in naher Zukunft noch weitere spannende Entwicklungen ergeben, bei denen sowohl die Einbindung von Ausstattungsmerkmalen aus dem Kamerasektor als auch die Kombination mit mobilfunkspezifischen Features neue Geräte hervorbringen werde.

Kameras für jeden Bedarf

Britt Zimmermann, Produktmanager Cyber-shot, meinte, das wichtigste Konsumentenbedürfnis sei es, einfach immer nur das beste Bild zu bekommen. „Allerdings“, so Zimmermann, „die Wege dahin sind sehr unterschiedlich.“ So stelle beispielsweise der Jugendliche, der in der Disko mit einer modernen Kamera auffallen wolle, andere Ansprüche als der Großvater, der am Kaffeetisch Bilder seiner Familie mache. Sony biete deshalb ein Kompaktkamera-Sortiment an, das optisch und technisch die unterschiedlichen Bedürfnisse berücksichtige. So gebe es bei Sony eine breite Palette an Gehäusefarben, die Bildqualität der W-, T- und H-Serien werde durch Carl Zeiss Objektive sichergestellt, und mit Einstiegsbrennweiten von 28 mm, HD-Ausgang und der Möglichkeit, Diaschauen schon in der Kamera zu gestalten und dazu eigene Musik aufzuspielen, spreche man unterschiedliche Nutzer an.

Gleichzeitig warten die Geräte mit immer neuen Funktionen auf, die gleichermaßen den Spaß an der Fotografie erhöhen wie die Bildqualität verbessern. Beispielhaft nannte Zimmermann hier den

Smile Shutter, der lächelnde Gesichter erkennt und in der jüngsten Version auch Kinder und Erwachsene unterscheiden kann, sowie die deutlich ausgeweiteten Möglichkeiten der Fotonachbearbeitung direkt in der Kamera, etwa durch partielle Farbbearbeitung und die kreative Herstellung lächelnder Gesichter ermöglicht.

fächertes Spiegelreflexsystem hin. Dies umfasst inzwischen mit den drei neuen Modellen Q200, Q350 und dem Topmodell Q700 nicht nur Geräte für unterschiedliche Ansprüche, sondern dank der Kompatibilität zu Konica Minolta auch ein Sortiment von 26 Objektiven und Blitzgeräten, die kreative Möglichkeiten bieten. Drawert



Das Imaging-Sortiment von Sony/Sony Ericsson beinhaltet Geräte für alle Ansprüche, angefangen von Cyber-shot Handys und Kompaktkameras der Cyber-shot Reihe über die Spiegelreflexmodelle der Sony α-Serie bis zu Handycams für Konsumenten und leistungsstarke Videosysteme für Profis.

Kreative Möglichkeiten

Sebastian Drawert, Senior Product Manager Digital Imaging/SLR, wies auf ein breit ge-

betonte außerdem, dass im α-System ebenfalls durch permanente Verbesserungen die Qualität der Bildergebnisse und die Freude beim Umgang mit den α-Kameras



Auch beim Imaging-Zubehör zeigt sich der Sony Konzern gut aufgestellt, zum Beispiel mit Druckern, digitalen Bilderrahmen, Unterwassergehäusen und einem GPS-Modul, um nur einige Produkte zu nennen.

gesteigert werde. Sony-typische Features sind etwa der Bionz-Prozessor, der Exmor-Bildsensor und die Stamina-Technologie für hohe Batterielaufzeiten und prozentgenaue Ablesbarkeit der Restenergie. Der Bionz-Bildprozessor ermöglicht Aufnahmen in extrem hoher Geschwindigkeit. Er kann Serienbildaufnahmen mit bis zu 3 Bildern pro Sekunde bei einer Auflösung von 10,2 Mio. Pixeln und höchster JPEG-Komprimierung erstellen. Der Exmor-Bildsensor ist für die Analog-Digitalwandlung zuständig, reduziert das Rauschen und sorgt für eine hohe Lichtempfindlichkeit. Als weitere Pluspunkte des Sony SLR-Systems nannte Drawert die zahlreichen Kreativoptionen, die intuitive Bedienbarkeit und den hervorragenden Reparaturservice, der im Fall des Falles dafür sorgt, dass der Nutzer nicht lange auf seine Kamera warten müsse.

Umfangreiches Zubehör

Dass Sony nicht nur bei der Bildaufnahme Kompetenz beweise, sondern auch bei Bildausgabe und Präsentation, führte Kai Fischer als Produktmanager Zubehör aus. So habe man für die neuen SLR-Kameras nicht nur mit Bravia Sync eine Software entwickelt, die eine optimierte Darstellung von HD-Fotos auf Sony Bravia Fernsehgeräten ermögliche, sondern mit einer umfangreichen Palette an Fotodruckern und der jüngst eingeführten Serie von S-Frame Digitalbilderrahmen biete man Handel und Verbrauchern auch in den aktuellen Wachstumssegmenten komplette Produktfamilien an. Erwähnenswert sei hier, dass die Sony Digitalrahmen nicht nur Bilder präsentieren können, sondern auch die Kalender- und Zeitdarstellung ermöglichen, sich auf Zeitpunkte für das Ein- und Ausschalten programmieren lassen und geräteintern Möglich-

keiten zur Bildoptimierung bieten. Doch damit erschöpft sich das Imaging-Zubehör bei Sony noch nicht. Taschen, Kabel, Unterwassergehäuse und neue Produkte wie GPS-Module ermöglichen es dem Nutzer, seine Ausrüstung komplett mit Sony Produkten an seine Bedürfnisse anzupassen.

Synergien bei Handycams

Auch der Handycam-Bereich bei Sony hat zur Entwicklung optimaler Produkte die potentiellen Zielgruppen analysiert und dabei nach den Ausführungen von Produktmanager Guido Reichelt vier Kernaspekte herausgearbeitet, die für die Konsumenten besonders wichtig seien: Bildqualität, Kompatibilität, Bedienkomfort und für einen Teil der Nutzer auch die Nachbearbeitung. Insbesondere bei der Bildqualität greift Sony für seine Handycams auf das Unternehmens-Know-how zurück. Die Full-HD-Fähigkeit einiger Geräte sorgt auch beim Bewegtbild für eine optimale Darstellung auf Bravia Fernsehgeräten. Hinsichtlich der Kompatibilität setzt Sony bei seinen digitalen Camcordern auf die Aufnahmemöglichkeit auf verschiedene Medien, die sich in Hybrid- oder Hybrid-Plus-Geräten niederschlägt. Dabei kann der Kunde zum Beispiel zwischen Modellen wählen, bei denen er sein Filmmaterial auf Speicherkarte oder Festplatte oder DVD oder Festplatte speichern kann.

Video für Profis

Schließlich bietet Sony über den Amateurbereich hinaus bei Video ein großes Sortiment an Profigeräten. „Dabei decken wir“, so Claus Pfeifer von Sony Professional Solutions Europe, das gesamte Feld von Profi-HD ab, vom Einstiegsgerät bis zu extrem teuren Modellen für Hollywood-Filme.“

www.sony.de



Adobe Media Player: Weltweites High Definition Web-TV



Mit dem Adobe Media Player Version 1.0, der ab sofort als Download verfügbar ist, stellt Adobe eine neuartige plattform-unabhängige Software zum Abspielen von Videos und Mediendateien zur Verfügung, die über revolutionäres Potential verfügt. Der Adobe Media Player spielt normale und hochauflösende Flash-Videos als Stream im Format 1080p, 720p oder 480i aus dem Internet oder nach dem Download auch von der lokalen Festplatte ab. Der Player ist eine aktive Plattform zur Verteilung von Video-Inhalten, mittels der man Serien abonnieren kann und neue Folgen automatisch übermittelt bekommt. Zum Start des Media Players präsentiert Adobe eine Anzahl hochkarätiger, von prominenten Partnern angebotene Inhalte, unter anderem: von CBS die Serien „CSI: New York“, „CSI: Miami“, „Big Brother“, „Star Trek“, „Melrose Place“, „Hawaii Five-O“, „The Twilight Zone“ und „MacGyver“ sowie Clips aus „The Hills“, „MTV News“ und „Yo!“ Per Adobe Media Player abonnierbar sind auch „MTV Raps“ von MTV sowie Sendungen von „HGTV“, „Food Network“, „DIY Network“ und „Fine Living Network“. Das breitgefächerte Angebot erstreckt sich von ungewöhnlichsten Comedy-Serien über aktuelle Kriminalfilme, erfolgreiche Filme der 40er und 50er Jahre bis hin zu sämtlichen ursprünglichen Originalfolgen der „Enterprise-Serie“ mit Kirk und Spock oder Sportreportagen und Musik-Videoclips. Mit „Search“ oder „Tag-

Cloud“ blättert sich der Anwender durch die abrufbaren Angebote, die nach Genres, Sendern oder spezifischen Inhalten angeordnet sind.

In die Play-Listen lassen sich eigene Videos (Personal Videos) integrieren. Alle Videos sind mit Adobes FLV-Codecs (Spark oder VP6) oder im H.264-MPEG4-Codec komprimiert.

Erste Urteile stufen die Qualität als das Beste ein, was bisher als Web-TV auf den Bildschirm gebracht wurde und oftmals sogar besser als die Bildqualität des regulären Fernsehprogramms. Die vom Anwender abonnierten Inhalte werden auf der Festplatte des Computers abgelegt und können zu späteren Zeitpunkten wiederholt abgespielt werden. Mit dem Adobe Media Player steht Video-Content-Anbietern ab jetzt eine hocheffektive Möglichkeit zur Vermarktung eigener Videoinhalte zur Verfügung. In das Content lässt sich online wie offline Werbung einbinden. Abruf-Statistiken können automatisch erstellt und Inhalte per DRM verwaltet oder geschützt werden. Der Adobe Media Player basiert auf Adobe Integrat Runtime (AIR) und setzt ein installiertes Adobe AIR voraus, das für Windows und Mac OS X verfügbar und für Linux als Beta-Version erhältlich ist.

Downloads: www.adobe.com/go/mp

NEC 30-Zoll-Display mit Kalibrierungsfunktion



Der neue NEC MultiSync LCD3090WQXi kann 97,8 Prozent des Adobe RGB-Farbraums und 100 Prozent des NTSC-Farbraums darstellen und verfügt über eine native Auflösung von 2.560 x 1.600 Bildpunkten. Das Display

wird mit einer integrierten Kalibrierungseinrichtung geliefert, die ohne PC funktioniert.

Jedem MultiSync LCD3090WQXi liegt der Sensor „EyeOne Display 2“ bei, der über die USB-Schnittstelle mit dem Display verbunden wird. Ohne Rechneranschluss ermittelt EyeOne Display 2 die Luminanz, den Weißpunkt und die Gammakurve und führt eine genaue Justierung der Werte durch. Bei dem Kalibrierungsvorgang werden Luminanz (individueller Zielwert), Farbtemperatur (R/G/B Gains) und Gammakurve auf die vorher im On-Screen-Menü vorgewählten Werte justiert. Zwecks Einstellung des Weißpunkts stehen die Farbtemperaturwerte 9300K, 8200K, 7500K, sRGB sowie 6500K, 5000K, nativ oder programmierbar, zur Verfügung.

Bei der Kalibrierung der Gammakurve wird die charakteristische Gammakurve des Panels gemessen und mit Hilfe interner 12-Bit Look-up Tables direkt in der Hardware des Monitors korrigiert. Das Kontrastverhältnis beträgt bis zu 1.000:1. Die Reaktionszeit liegt bei 6 ms. Die Helligkeit beträgt 350 cd/m² und wird über die AmbiBright-Funktion mittels integriertem Umgebungslichtsensor automatisch der Raumhelligkeit angepasst.

Ein bedarfsweise aktivierbarer Timer schaltet das Display zu einstellbaren Zeiten ein und aus. Zur Verfügung stehen zwei digitale Schnittstellen (DVI-I und DVI-D) mit HDCP-Unterstützung, die auch die Wiedergabe kopiergeschützter Inhalte ermöglichen. Das



30-Zoll Wide-Display überzeugt mit sehr klarer Darstellung von Details und Schriften, z. B. beim redaktionellen Layouten bis Format DIN A2, und ist mit seinen Eigenschaften auch perfekt als Betrachtungsbildschirm im semi-professionellen medizinischen Umfeld, bei der Auswertung von Satellitenaufnahmen, im CAD/CAM-Bereich oder für Foto- und Video-Anwendungen einsetzbar. Zum Lieferumfang gehören ein Stromkabel, analoges und digitales Signal-Kabel, Handbuch sowie Installations- und Treiber-CD. NEC Display Solutions Europe leistet drei Jahre Garantie inklusive Hintergrundbeleuchtung. Der NEC MultiSync LCD3090WQXi ist zum UVP von 2.400,- Euro in Weiß mit silbernem Frontrahmen oder in Schwarz lieferbar.

www.nec-display-solutions.de

Version 11.2 von WinZip jetzt mit LHA-Unterstützung



Mit dem Windows-Packprogramm WinZip in Version 11.2 lassen sich nun auch LHA- und LZH-Archive öffnen, erstellen, bearbeiten und entpacken, ohne extern Routinen anderer Kompressions-Anwendungen einbinden zu müssen. Zusätzlich wurde bei der neuen Version 11.2 auch Unicode-Unterstützung erweitert, die erforderlich wird, wenn das gleiche Zip-Archiv auf zwei Systemen mit unterschiedlichen Code-Pages bearbeitet wird. Aus WinZip entfernt wurde die Unterstützung für die Einbindung von DOS-basierten Packprogrammen. WinZip 11.2 für die Windows-Plattform steht

zur Zeit nur in englischer Sprache zum Download bereit. Wann eine deutsche Version erscheinen wird, ist noch nicht bekannt. Die deutsche Vollversion wird als Download-Version in Standardausführung zum UVP von 35,50 Euro zu haben sein. Der Verkaufspreis für die Pro-Variante soll 58,90 Euro betragen. www.winzip.de/

Kensington Tastatur mit Mac- und Windows-Tasten



Mit der neuen Ci70 bringt Kensington eine Tastatur auf den Markt, die sich vor allem durch ihre Anschlussvielfalt vom allgemeinen Angebot abhebt: Neben zwei USB-Anschlüssen, die auch bei zahlreichen Mitbewerbern zu finden sind, verfügt die Kensington Ci70 über einen in die Tastatur integrierten Mini-USB-Anschluss mit Kabel für den Anschluss einer Digital-kamera und eine zweifache Ausstattung mit Tasten für den jeweiligen Betrieb mit Windows und Mac OS. Ein Schieber verdeckt die USB-Anschlüsse, solange sie nicht benötigt werden. Die sehr flache Ci70 besitzt fünf Sondertasten zum Aufruf von häufig genutzten Anwendungen wie z. B. E-Mail-Client und Browser sowie Sondertasten für die Mediensteuerung. Mit ihren Niedrighub-Tasten ähnelt die Ci70 optisch einem Notebook. Die Tastatur kann ohne Umschaltung wahl- oder wechselweise an einem Windows- oder Mac OS-Rechner betrieben werden. Die Kensington Tastatur Ci70 soll zu einem UVP von 50,- US-Dollar in den Handel kommen.

<http://de.kensington.com/>

PoS Aktuell

Eee-PC 900 schon im April in Taiwan verfügbar?

Wie aus Industriekreisen in Taiwan verlautbart, soll Asus den neuen Eee-PC der zweiten Generation in Taiwan schon im April auf den Markt bringen, bevor vergleichbare, mit Intels Atom-Prozessor bestückte Geräte der Mitbewerber in den Handel kommen können. In einer entsprechenden Meldung des in Taiwan ansässigen Marktbeobachters DigiTimes wird die Bezeichnung „Eee-PC 900“ zwar nicht erwähnt, sondern nur von einem „Modell mit Celeron Atom-Prozessor“ gesprochen. Mit der gleichen CPU ist aber auch der auf der diesjährigen CeBIT vorgestellte Eee PC 900 mit 8,9-Zoll-Display bestückt. Wie DigiTimes berichtet, sollen die angekündigten Mini-Notebooks von Acer und HP frühestens im Juni 2008 auf den Markt kommen. Bei den weiteren angekündigten Mini-PCs hängt die



Lieferfähigkeit von der breiten Verfügbarkeit des Intels Atom-Prozessors ab. Zu welchem Zeitpunkt der Marktstart des ASUS Eee-PC 900 in Europa erfolgen wird, ist noch unbekannt. Asus Deutschland nennt vage nur den „Sommer 2008“ als Zeitpunkt der wahrscheinlichen Markteinführung. Das ist verständlich, denn den Marktstart-Termin für den ersten Eee-PC 701 hatte das Unternehmen in Deutschland mehrmals verschieben müssen. www.asus.de

Lieferfähigkeit von der breiten Verfügbarkeit des Intels Atom-Prozessors ab. Zu welchem Zeitpunkt der Marktstart des ASUS Eee-PC 900 in Europa erfolgen wird, ist noch unbekannt. Asus Deutschland nennt vage nur den „Sommer 2008“ als Zeitpunkt der wahrscheinlichen Markteinführung. Das ist verständlich, denn den Marktstart-Termin für den ersten Eee-PC 701 hatte das Unternehmen in Deutschland mehrmals verschieben müssen. www.asus.de

EMC kauft Iomega

Anstatt, wie ursprünglich geplant, ExcelStor zu übernehmen und als Kaufpreis neue Aktien an den bisherigen ExcelStor-Besitzer Great Wall auszugeben, lässt sich Iomega nun von EMC übernehmen. EMC zahlt 213 Millionen US-Dollar für Iomega, das seinerseits die geplanten Transaktionen mit ExcelStor und Great Wall stoppt. Die US-amerikanische EMC Corporation ist Hersteller von Hard- und Software mit Firmensitz in Hopkinton, Massachusetts, und Anbieter großer Speichersysteme für Dokumenten- und Content-Management. „Symmetrix“, das Spitzenprodukt von EMC, ist Grundlage der Storage Area Networks zahlreicher großer Datenzentren. EMC Corporation wurde 1979 gegründet und zählt

zu den wirtschaftlich erfolgreichsten Unternehmen der USA. Mit 3,85 US-Dollar pro Iomega-Aktie hat EMC den Iomega-Aktionären ein öffentliches Übernahmeangebot unterbreitet.

Nach der erfolgten Übernahme soll Iomega als Kernmarke das Endkundengeschäft von EMC bedienen.

Erste Wimax-Mobile- Produkte zertifiziert

Auf dem ersten diesjährigen Wimax Forum Congress Asia in Singapur wurden die ersten acht Mobile-Wimax-Produkte offiziell vom Wimax Forum zertifiziert. Zu den mit einem Zertifikat ausgestatteten Produkten gehören ein USB-Adapter und eine Basisstation der Flyvo-Serie des koreanischen Herstellers Posdata sowie weitere, vergleichbare Produkte von Runcom Technologies, Samsung und Sequans Communications. Die nach „Wave 1“ zertifizierten Geräte sollen im Wibro-Netz der Korea Telecom eingesetzt werden und arbeiten ohne MIMO-Technik auf 8,75 MHz breiten Funkkanälen im 2,3-GHz-Band. Bis Februar 2008 wurden dem Wimax Forum 28 Produkte zur Zertifizierung eingereicht. Es warten also noch 20 weitere Produkte auf das Zertifikat, unter anderem die von Siemens bereits ange-

kündigte ExpressCard für Notebooks und das im Sommer für die Markteinführung vorgesehene Internet-Tablett N810 Wimax von Nokia. Die Zertifizierung soll gewährleisten, dass Wimax-Adapter und Basisstationen unterschiedlicher Hersteller den Wimax-Standard IEEE 802.16-2005 einhalten und Daten störungsfrei miteinander austauschen können. Bei den im Rahmen der Zertifizierung zu durchlaufenden Testreihen werden unter anderem die korrekte Aushandlung von Übertragungsraten und Sitzungsschlüsseln sowie die Funktionen von Idle- und Sleep-Modi überprüft. www.wimaxforum.org

Lithium-Akkus ohne Brandgefahr

Das Fraunhofer Institut für Silicatforschung (ICS) in Würzburg hat auf der Hannover-Messe den Prototyp eines neuartigen Lithium-Polymer-Akkus vorgestellt: Im Gegensatz zu bisherigen Akkus sollen die neuentwickelten Stromspeicher nicht mehr zur Selbstentzündung neigen. Die höhere Sicherheit wird durch die Verwendung eines neuartigen, aus Silizium-Sauerstoffketten bestehenden Polymers ermöglicht. Nahezu alle modernen mobilen Geräte, vom Handy über portable Media-Player und Notebooks bis hin zu zukünftigen Kraftfahrzeugen

mit Elektroantrieb, nutzen zur Energieversorgung Lithium-Polymer-Akkus. Neben der hohen Energiedichte und dem fehlenden Memory-Effekt bieten Lithium-Polymere den Vorteil, dass man mit ihnen Akkus in nahezu allen gewünschten Formen herstellen kann. Trotz ihrer hohen Verbreitung können Lithium-Ionen-Akkus nicht als vollständig sicher betrachtet werden. Falls die Akku-Zellen nicht gegen Überlastung geschützt sind, genügt ein einfacher Kurzschluss durch Berührung mit einem metallischen Gegenstand, um einen Brand auszulösen. Aber auch chemische Veränderungen oder Verunreinigungen innerhalb des Akkus können zur Überhitzung und Auslösung eines Brandes oder Unfalls führen. Mit Hilfe der neuen Polymer Silizium-Sauerstoffketten, an deren Seitensträngen organische Ketten andocken, wollen die Wissenschaftler des Fraunhofer ICS das Problem nun endgültig lösen.

Noch entspricht die Beweglichkeit der Ionen in dem neuen Material nicht den Werten derzeit kommerziell genutzter Werkstoffe. Bis zur Serienreife des neuen Werkstoffs können laut Aussage des ICS noch bis zu fünf Jahre vergehen.

www.fraunhofer.de

Samsung IT-Business Produkte:

„Bei Total-Cost-of-Ownership setzen wir Maßstäbe“

Mit einem bunten Strauß von Marketingmaßnahmen ist die IT-Business Division von Samsung Electronics in den Frühling gestartet: Die Palette der für den Handel recht interessanten, das Geschäft mit IT-Komponenten flankierenden Aktionen reicht von Cash Back Aktionen für die Farblaser-Printer CLP-300/CLP-300N und MFP CLX-2160, über die Aktion „Frühlingserwachen“ mit dem SF-560R sowie zehn Termine für exklusive kostenfreie IT-Schulungen in deutschen Städten, bis hin zu der Samsung Printing Aktion „Aus zwei mach drei!“ und den Qualifizierungsspielen von 15 Firmen-Teams um den Einzug ins Finale des Samsung IT Reseller EuroCups 2008 im Stamford-Bridge-Stadion des FC Chelsea.

IT-Sortiment aus einer Hand

Samsung ist einer der wenigen Hersteller, der alle wichtigen IT-Produkte aus einer Hand und eigener Herstellung anbieten kann. 5 Milliarden Euro investiert der koreanische Konzern jedes Jahr in die Forschung und Entwicklung, um seine Produkte besonders innovativ und zuverlässig zu gestalten und mit erlesenem Design auszustatten. Vor allem im IT-Bereich zählt für den Kunden unter dem Strich nach Investition, Betrieb, Service und Zuverlässigkeit allein die Total-Cost-of-Ownership. Und hier setzt Samsung die Maßstäbe.

Schlanke Schönheit mit inneren Werten: X22 Pro

Mit seinem Angebot aus vier Notebook-Familien mit den sieben Geräte-Serien P200-Pro, P400-Pro, P500-Pro, der P55-Pro- und der Q1Ultra-Pro-Serie sowie der X22-Pro- und X65-Pro-Serie garantiert Samsung jedem Kunden beim Kauf eines mobilen Rechners die maßgeschneiderte Wahl zwischen Leichtgewichten für den Außendienst, leistungsstarken Notebooks für Entwickler und Manager, bis hin zu Samsung Professional-Notebooks für maximale Performance bei minimalem Gewicht. Ein optisch und technisch ausgesprochen attraktives Modell ist das 14,1-Zoll Widescreen-Notebook X22-Pro. Mit seiner opalschwarzen Optik und umfangreichen Features wie integrierter Kamera, VGA- und HDMI-Schnittstelle ausgestattet, ist das X22-Pro ein besonderes Highlight. Trotz schlanker Statur und 2.180 Gramm Federgewicht ist das X22-Pro dank seiner Magnesium-Legierung hart im Nehmen. Mit Intel Core 2 Duo Prozessor T7500 und 2,2 GHz für kompromisslose Performance, 802.11 a/b/g WLAN-Modul, 5-in-1-Kartenleser und umfangrei-

chen Multimedia-Features ausgestattet, beansprucht der elegante Allrounder seine souveräne Sonderstellung im Premium-Segment. Das X22-Pro wird gratis zusätzlich mit einem Hochleistungsakku ausgeliefert und erreicht so Akkulaufzeiten von bis zu acht Stunden. Eine ATI Mobility Radeon HD 2400 sorgt für atemberaubende 3-D-Effekte und satte Farben. Die integrierte HDMI-Schnittstelle sichert die Übertragung von HD Audio- und Videodaten auf TV-Geräte. Das optional erhältliche X-Dock III erweitert durch einen einfachen Klick die Anschlussmöglichkeiten. Die mit Silber-Ionen beschichtete Tastatur wirkt antibakteriell und keimhemmend. „Wir freuen uns, mit dem X22-Pro einen besonderen Akzent im Bereich der High-End-Notebooks setzen zu können“, erläutert Sebastian Weissmann, Jr. Product Manager Mobile Computing bei Samsung. „Mit Ausstattung, Design, Rechenpower und geringem Gewicht unterstreichen wir unseren Spitzenplatz im Premium-Segment.“ Der UVP für das X22-Pro beträgt 1.399,- Euro.

Für alle Notebooks leistet Samsung eine Vor-Ort-Abhol-Garantie von 24 Monaten und bietet für alle Pro-Serien-Modelle optional einen Vor-Ort-Reparaturservice an.

Samsungs „Q1 Ultra-Pro“ mit HSDPA

Das Q1 Ultra-Pro bietet mit seinem integrierten HSDPA-Modul, WLAN 802.11b/g, Bluetooth und LAN-



Das 690 Gramm leichte Q1 Ultra-Pro bietet mit HSDPA-Modul, WLAN 802.11b/g, Bluetooth und LAN-Schnittstelle umfassende Kommunikationsfreiheit.

Schnittstelle höchstmögliche digitale Kommunikationsfreiheit. Das handliche Leichtgewicht vereint ideale Mobilität mit optionaler Funktionalität. Mit Navigationssystem, Videokonferenz-Fähigkeit, drahtlosem Internetzugang, mit den Daumen zu bedienender QWERTZ-Tastatur sowie mit einer Front- und Back-Kamera ausgestattet, ist der 690 Gramm leichte Ultra Mobile PC (UMPC) das Meisterstück einer federleichten All-in-One-Lösung. Das renommierte britische Magazin „What Laptop“ wählte das Q1 Ultra-Pro mit solider Mehrheit zum besten Ultra Mobile PC 2007 und verwies die Konkurrenz deutlich auf nachfolgende Plätze. Für die Leistung sorgen eine Ultra Low Voltage (ULV) Intel-CPU und ein ein Gigabyte großer Arbeitsspeicher. In dem eleganten, 22,75 x 12,39 x 2,3 cm großen, diamantschwarzen Gehäuse des Q1 Ultra-Pro findet eine 60 GB fassende 1,8-Zoll-Festplatte Platz. Das 7-Zoll SuperBright Touchscreen LC-Display mit komfortabler Handschriften-Erkennung erreicht die Helligkeit von 300 cd/m². Das Q1 Ultra-Pro wird mit Windows XP Tablet Edition und einem 4-Zellen-Akku für bis zu dreieinhalb Stunden Betrieb ausgeliefert und kann mit jedem handelsüblichen Monitor verbunden werden. Der UVP beträgt 1.399,- Euro.

Widescreen Tandem: SyncMaster 2263DX

Ein bildschönes Paar bilden der neue 22-Zoll Widescreen-Monitor Samsung SyncMaster 2263DX und sein in Harmonie verbundenes zusätzliches 7-Zoll-Display. Die neuartige, im Betrieb sehr praktische Lösung stellt dem Anwender ohne zusätzliche Kosten und Installationsaufwand ein zweites Display zur Verfügung. Auf der CES 2008 in Las Vegas wurde der SyncMaster 2263DX mit dem „Innovation

Samsung X22-Pro: 14,1-Zoll Widescreen-Notebook mit opalschwarzer Optik, integrierter Kamera, VGA- und HDMI-Schnittstelle.



X22-Pro: Trotz schlanker Statur durch Magnesium-Legierung hart im Nehmen.

Award“ ausgezeichnet. Das Gerät ist für Anwender ideal, die auf mehreren Bildschirmen gleichzeitig unterschiedliche Anwendungen öffnen wollen. Während auf dem Hauptmonitor Dokumente bearbeitet werden, können auf dem Zusatzdisplay ein E-Mail-Client, Instant Messenger, ein Videofilm oder eine Videokonferenz genutzt und betrachtet werden. Durch seine frei justierbare Halterung lässt sich das Zusatz-Display an jeder beliebigen Position am Hauptmonitor fixieren oder, falls nicht benötigt, abnehmen. Mit 3.0 Megapixel-Webcam, Dual-Array-Mikrofon und integrierten Lautsprechern eignet sich der SyncMaster 2263DX hervorragend für Webkonferenzen.

freundliche Darstellung. Die Auflösung des 22-Zoll-Displays beträgt 1.680 x 1.050 und die des 7-Zoll-Bildschirms 800 x 480 Bildpunkte. Eine HDMI-Schnittstelle ermöglicht den Anschluss von High Definition Zuspieldgeräten. Jürgen Reinhard, Product Marketing Manager Display bei Samsung, sieht die Vorteile des Display-Tandems in seiner einzigartigen Vielfältigkeit: „Der



Der 22 Zoll große Samsung SyncMaster 2263DX verfügt über ein zweites, zusätzliches 7-Zoll-Display, auf dem sich ohne weitere Kosten und Installationsaufwand unterschiedliche Anwendungen gleichzeitig öffnen und nutzen lassen.

SyncMaster 2263DX ist die ideale Lösung für alle Anwender, die einen Arbeitsplatz mit zwei Bildschirmen wünschen, aber keinen Platz für zwei große Monitore haben.“ Der SyncMaster 2263DX ist voraussichtlich ab Mai erhältlich. Ein Preis steht noch nicht fest.

www.samsung.de



Innovative MagicBright-Technologie, ein dynamischer Kontrastwert von 8.000:1 und die kurze Reaktionszeit von 5 ms garantieren eine augen-



„PowerDVD Ultra“ mit BD-Live-

Unterstützung verfügbar

Der führende Videosoftware-Spezialist Cyberlink erweitert seine Abspiel-Software „PowerDVD Ultra“ um die Unterstützung für BD Live (auch: „Blu-ray Disc Profile 2.0“). Mit BD Live und PowerDVD Ultra sind nun auch die interaktiven Funktionen und das Online-Bonusmaterial von Blu-ray-Filmen nutzbar. Mit BD Live können Blu-ray-Filme durch anwählbare Untertitel, Bild-, Video- und Ton-Informationen ergänzt und durch Inhalte aus dem Internet erweitert werden. Mit den Szenen und Ereignissen in BD-Filmen lassen sich Webseiten verknüpfen. Erste Filme mit BD-Live-Content sind bereits angekündigt. Mit BD Live können auch Online-Multiplayer-Spiele realisiert werden, und die Spiele-Entwickler sind schon seit einiger Zeit mit der Programmierung entsprechender Anwendungen beschäftigt. PowerDVD Ultra von Cyberlink unterstützt gleich mehrere HD-Formate: Neben HD-DVD auch BD-Video Profile 1.1, BD+, BD-RE 3.0 und das von Videokameras genutzte AVCHD. Im Audio-Bereich werden Dolby Digital Plus, Dolby TrueHD und DTS-HD unterstützt. Die Unterstützung der Beschleunigungsfunktionen für Video-Hardware von ATI Avivo-, Nvidia Purevideo und Intel Clear-Video entlastet spürbar die CPU des PCs. Ein BD-Live-Update für bisher verkaufte Exemplare von PowerDVD Ultra soll von Cyberlink kostenlos angeboten werden. Die bereits mit BD-Live aktualisierte PowerDVD-Ultra-Version für den Handel wird laut Cyberlink ab Anfang Mai 2008 in neun Sprachen zum UVP von etwa 100,- US-Dollar angeboten werden.

<http://de.cyberlink.com/>

Toshiba „SpursEngine“: Quad-Core Cell-CPU für HD-Encoding

Entwickler können ab sofort bei Toshiba erste Muster der „SpursEngine“ anfordern. Der Chip-Baustein „SpursEngine“ ist ein Cell-Prozessor mit 4 Kernen auf einem Die, der für den Einsatz in Geräten der Unterhaltungselektronik konzipiert ist. Der Prozessor trägt die Bezeichnung „SE1000“ und ist die erste Version der von Toshiba im Oktober 2007 auf der Ceatec/Japan 2007 als Prototyp vorgestellten „SpursEngine“. Vier RISC-basierte „Synergistic Processing Elements“ (SPE), wie die Mehrzweckkerne des Cell-Prozessors von Sony und IBM benannt wurden, bilden zusammen die „Cell Broadband Engine“ (Cell B.E.) der „SpursEngine“, die über rund 50% der Leistung des leistungsfähigen Cell-Prozessors der Sony PS3 verfügt, der aus 8 SPE-Kernen besteht. Die SpursEngine erreicht eine effektive Balance aus Flexibilität und geringem Stromverbrauch, den Toshiba mit 10 bis 20 Watt bei der Taktfrequenz von 1,5 GHz angibt (PS3: 3,2 GHz). Als Speicher nutzen die SpursEngine wie auch der Cell-Prozessor der PS3 XDR-DRAM. Mit der

Bezeichnung „BXK005000“ bietet Toshiba eine PCIe-x1 Steckkarte mit SpursEngine und 128 MByte XDR-Speicher an. Die XDR-Speicherbausteine sollen eine Bandbreite von 12,8 GByte pro Sekunde erreichen. Die BXK005000 im Referenz-Design kann MPEG-2 wie auch H.264 Full-HD-Videos dekodieren und dient als Entwicklungssystem für Anwendungen der Unterhaltungselektronik wie z. B. in Set-Top-Boxen und Blu-ray-Playern, aber auch als Co-Prozessoren in High-Definition-tauglichen Notebooks. Neben der Hardware bietet Toshiba Entwicklungswerkzeuge wie Compiler, Debugger und Beispielanwendungen für die Cell-Prozessor Plattform an. Als Softwarepartner kooperieren Corel und der bei DVD-Player-Software marktführende Hersteller CyberLink bei dem Projekt.

www.toshiba.de

Mitsubishi HC1500: DLP- Projektor für 900 Euro

Mit dem HC1500 stellt Mitsubishi einen DLP-Projektor mit der Auflösung von 1.280 x 720 Bildpunkten vor, der neben den technischen Eigenschaften vor allem durch seinen Preis überzeugt: Die Helligkeit des für den Heimkino-Einsatz ausgelegten Geräts gibt Mitsubishi mit 1.600 ANSI-Lumen an. Das Kontrastverhältnis erreicht 2.500:1. Der HC1500 entwickelt ein fast unhörbares Betriebsgeräusch von nur 25 db (A). Sein DLP-Bildsystem arbeitet mit einem Farbrad mit sieben Segmenten (2 x RGB und 1x Weiß). Die



aufwendige Technik verhindert die Entstehung des Regenbogeneffekts, bei dem einige Betrachter farbige Lichtblitze wahrnehmen. Das Objektiv ist mit einer Zoom-Funktion ausgestattet und wird manuell scharfgestellt. Die projizierten Bilddiagonalen liegen zwischen 1 bis 7 Metern. Der HC1500 besitzt eine horizontale und vertikale digitale Trapezkorrektur. Die maximale Lebensdauer der Projektionslampe benennt der Hersteller mit 3.000 Stunden im helligkeitsreduzierten Modus. Neben VGA- und HDMI-Schnittstelle ist ein S-Video- und ein Komponenten-(Composit) Anschluss vorhanden. Die Abmessungen des Projektors betragen 310 x 100 x 245 mm, sein Gewicht 2,9 kg. Der Mitsubishi HC1500 ist zum UVP von rund 900,- Euro erhältlich.

www.mitsubishielectric.de

Toshiba Notebook Allrounder Satellite A200 und A210

Mit neuesten Modellen der Produktreihen Satellite A210 und Satellite A200 erweitert Toshiba Europe GmbH sein Angebot um vier echte Allrounder, die mit ihrer Rechenleistung und umfangreichen Ausstattung hervorragend für den beruflichen wie den privaten Einsatz geeignet sind. Der Unterschied zwischen den beiden Modellreihen ergibt sich aus den verschiedenen Lieferanten der jeweiligen Chip-Set- und Prozessor-Technologie: Die Geräte der

Satellite A200-Serie sind mit CPUs von Intel bestückt, und die Modelle der Satellite A210-Reihe sind mit AMD Prozessoren ausgestattet. Alle vier Modelle verfü-



gen über ein 15.4-Zoll-Display mit integrierter Webkamera und Mikrofon. Für die Teilnahme an Videokonferenzen oder Chats sind sie damit optimal ausgerüstet. Dank der integrierten WLAN-802.11 a/g/Draft-n (oder modellabhängig b/g) und LAN-Schnittstelle liegt das Internet nie weiter als der nächste Accesspoint oder Ethernet-Hub. Als Grafiklösung stehen wahlweise eine ATI Mobility Radeon HD 2600 oder eine ATI Mobility Radeon HD 2400 zur Verfügung, die auch für gelegentliche Bildschirmspiele mehr als ausreichende Leistungsreserven mitbringen. Mit der Digitalkamera aufgenommene Fotos oder mit dem Camcorder aufgezeichnete Videos können über den integrierten 5:1-Cardreader (SD/ MMC/ MemoryStick (Pro/xD) sofort auf die Notebook-Festplatte mit je nach Modell 200 GB bis 320 GB (160+160) Speicherplatz übertragen werden. Die mit AMD Turion 64 X2 Dual-Core Mobile Technologie TL-60 oder Intel Centrino Duo Technologie mit Intel Core 2 Duo Prozessor T8100 ausgestatteten Notebooks der Satellite A210- und A200-Reihen sind je nach Modell zu UVPs zwischen 799,- bis 1.249,- Euro lieferbar.

www.toshiba.de

Kleinsten Desktop- Rechner der Welt: Asus Essentio CS5110

Der taiwanische Mainboard- und Hardware-Hersteller Asus hat einen winzigen Desktop-PC in einem eleganten, gekonnt gestalteten schwarzen Gehäuse vorgestellt, der kleiner als alle bisherigen, in der Leistung vergleichbaren Systeme ist. Die Abmessungen des Asus Essentio CS5110 betragen 20 x 29 x 7,8 cm (T x B x H). Sein Gewicht liegt bei 3,4 kg. Laut den Angaben von Asus ist der Essentio CS5110 der kleinste Desktop-PC mit eigener, nicht in das Mainboard integrierter Grafikkarte. In dem Mini-PC setzt Asus überwiegend bewährte Notebook-Komponenten ein und spart dadurch sowohl beim Volumen wie beim Stromverbrauch.

Der Mini-Rechner kann mit normalen Core 2 Duo, Pentium Dual-Core oder Celeron D Prozessoren und bis zu 4 GByte und mit DDR2-Notebook-speicher-Bausteinen bestückt werden. Das Gehäuse bietet Platz für eine 3,5-Zoll-Harddisk und einen DVD- oder Blu-ray-Brenner. Die Grafikkarte ist die Notebook-Version einer GeForce 8600 GT mit 256 MByte RAM. Verbindungen mit einem Netzwerk oder dem Internet stellt der Asus Essentio CS5110 über LAN/WLAN b/g oder Bluetooth 2.0 her. Zur Verfügung stehen 6 USB-Ports, ein Kartenleser und je ein HDMI- und VGA-Ausgang.

www.asus.de

BenQ „Tanzmaus“

Mit der USB-Maus MD300 präsentiert BenQ eine interaktive, optische Maus, die dank ihres flachen Designs sehr angenehm in der Hand liegt. Im Gegensatz zu anderen im Markt angebotenen USB-Mäusen verfügt die MD300 über zahlreiche zusätzliche Funktionen wie z. B. interaktive Sensor-Technologie, Sofortbenachrichtigung bei Terminen und eingehenden Nachrichten sowie einen Tanzmodus, bei dem die Maus leuchtet, tönt, vibriert und „tanzt“. Besonders der Tanzmodus, bei dem die MD300 sich rhythmisch zur Musik aus dem Microsoft-Media Player bewegt, macht die Maus lebendig und beweglich und verschafft dem Anwender Spaß bei der Arbeit am Desktop. Wenn diese Funktion aktiviert ist, entsteht ein interaktiver Kontakt zu der MD300, sobald sie mit der Hand bewegt, gedrückt oder nur sanft berührt wird. Bei Mausklicks und beim Arbeiten mit PC-Anwendungen reagiert die Maus mit roten visuellen Effekten, Vibration und Soundereignissen. Der Anwender selbst kann mit Hilfe der im Lieferumfang enthaltenen Software festlegen, auf welche Weise er über eingehende E-Mails oder Skype-Nachrichten von ausgewählten Kontakten informiert wird. Die Kontakte lassen sich in die Kategorien „positiv“ und „negativ“ einteilen. Ob die gerade hereinkommende Nachricht von einem erfreulichen oder unerfreulichen Absender im Postfach stammt, kann der Anwender anhand von unterschiedlichen Kombinationen der visuellen Effekte, der Vibration und des Sounds erkennen. Die Abmessungen betragen 95 x 64 x 27,8 mm. Die BenQ USB-Maus MD300 soll ab Ende Mai in der Farbe Schwarz erhältlich sein. Der UVP beträgt 24,90 Euro.



www.benq.de

LG BE06LU: Externer Blu-ray Hybrid-Brenner

Der koreanische Hersteller LG Electronics komplettiert sein umfassendes Angebot an Hybrid-Brenner-Laufwerken durch das externe Laufwerk LG BE06LU in smarter Schwarzweiß-Optik. Das bereits mit neuester Blu-ray-Technologie ausgestattete Gerät brennt BD-R Medien (Single Layer) in 6facher und BD-RE Medien mit 2facher Geschwindigkeit. Außerdem liest der neue LG Brenner auch HD-DVD-Scheiben. Wie die Schwestermodelle, beschreibt und liest LGs neuestes Hybrid-Laufwerk neben den High Definition Scheiben alle gängigen DVD- und CD-Formate. Für das Aufbringen von professionell gestalteten Labels auf den selbst gebrannten Scheiben ist der LG BE06LU mit der neuesten Lightscribe-Technologie ausgestattet. Mit Lightscribe lassen sich Beschriftungen und Motive direkt auf die Label-Seite eines für diese Technik geeigneten Rohlings brennen. Das neue externe Hybrid-Laufwerk LG BE06LU mit Blu-ray Brenner-Funktion ist zum UVP von 399,- Euro lieferbar. Die bereits



im Herbst des vergangenen Jahres vorgestellte interne Version des Blu-ray Hybrid-Brenners mit der Bezeichnung LG GGW-H20L ist bei LG zum UVP von 299 Euro zu haben.

www.lge.de

Data-Becker „Stream Catcher Premium“

Mit der neuen, erweiterten Premium-Version des Software-Programms „Data Becker Stream Catcher“ können die auf dem Monitor eines Computers dargestellten Filme, Serien Clips und sonstigen Bildinhalte direkt vom Monitor weg aufgezeichnet und auf der Festplatte des Rechners gespeichert werden. Die neue, erweiterte Version Stream Catcher Premium kann Video-Streams auch in den populären WMV- und MPEG-4-Formaten aufnehmen oder ohne Zwischenspeicherung in das Format MPEG-4 konvertieren, das auch für hochauflösende Inhalte eingesetzt wird. Darüber hinaus verfügt die Premium-Version über neun zusätzliche neue Verfahren zur Optimierung von Videos und bietet die Möglichkeit, Videos bis zu einer HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten umzuwandeln („Upscaling“). Im Unterschied zu der ursprünglichen Stream Catcher Version sind bei Stream Catcher Premium sämtliche Video-Codecs, unter anderem auch MPEG-2 und MPEG-4, bereits lizenziert und brauchen nicht mehr zusätzlich erworben zu werden. Der Anwender kann mit dem Stream Catcher exakt das in Echtzeit aufzeichnen, was auf dem Monitor zu sehen ist. Um Videos aufzunehmen, wird eine in der Größe frei skalierbare Aufnahmemaske um den Bildschirmbereich gezogen, in dem der aufzunehmende Inhalt abgespielt wird. Per Klick zeichnet das Programm dann alles auf, was in dem aktiven Auswahl-Fenster zu sehen oder zu hören ist. Das können z. B. Live-Streams aus dem Internet, YouTube-Clips, TV-Sendungen oder auch kopiergeschützte Videoformate sein. So lassen sich auch Screenshots erstellen, Desktop-Aufnahmen von Windows-Programmen zu Präsentationszwecken machen und Video-Tutorials über die Handhabung von Software-Anwendungen oder die Administration des Betriebssystems erstellen. Format und Auflösung der Video-Aufnahmen lassen sich nach Belieben festlegen. Vordefinierte Profile sorgen bereits von Aufzeichnungsbeginn an für eine optimale Bildqualität. Medien-Programminhalte kann der Stream Catcher Premium in 16 verschiedenen Formaten speichern oder umwandeln. Dazu zählen: MPEG1, VCD, MPEG2, SVCD und DVD, MP3 sowie AVI, WMV und MPEG4. Sämtliche erstellten Aufnahmen werden in der zentralen Medienbibliothek des Programms verwaltet, mit der sich die audiovisuellen Daten sortieren und in einem Clip-Editor bearbeiten lassen. Eine ebenfalls neu hinzugefügte Backup-Funktion ermöglicht die sichere Archivierung der Mediendatenbank und minimiert das Risiko von Verlusten wichtiger Dateien. Die Premium-Version des Stream Catchers ist zum UVP von 49,95 Euro erhältlich.

www.data-becker.de



MP3

Speedo AquaBeat – wasser- und staubdicht

Der AquaBeat ist der erste wasser- und staubdichte MP3-Player von Speedo. Die Technik wird von der gummierten Hülle geschützt – und zwar nicht nur vor ein bisschen Spritzwasser, sondern auch vor einem massiven Wasserkontakt. Die wasserdichten, mit einem Bügel und tief im Ohr sitzenden Kopfhörer liegen fest am Kopf an und lassen sich auch von Wind und



Wellen nicht abstreifen. Die Bedienungselemente auf dem Playergehäuse sind so angebracht, dass sie sich auch während des Sports bedienen lassen. Ob Entspannungsmusik beim Baden, das Hörbuch beim Angeln oder den fetten Beat beim Wildwasserrafting: Der Speedo AquaBeat ist genau für diese Umgebung konzipiert und sorgt ab sofort für die passende Klangkulisse im nassen Element.

www.new-tech-products.com

InEar-Kopfhörer von Philips

Die Philips SHE9850 und SHE9800 Kopfhörer verfügen über eine High Definition-Treibereinheit und eine präzise akustische Einstellung, die den Musikfan auch unterwegs mit erstklassigen Sound verwöhnt. Das Angled Acoustics-Design gewährleistet perfekten Sitz und Komfort beim Tragen. Beide Kopfhörer gewährleisten eine passive Geräuschisolierung und schirmen so gegen Umgebungsgeräusche ab. Sie wurden auf Basis



detaillierter Untersuchungen der Anatomie des Ohres entwickelt und zeichnen sich durch das Angled Acoustics-Design aus: Der Winkel der Akustikröhre ist so gewählt, dass ein natürlicher, komfortabler Sitz für jeden Anwender gewährleistet ist. Die High Definition-Treibereinheit in Verbindung mit der Balanced Armature-Technologie sorgt für präzise Höhen, natürliche Mitten und volle Bässe. Das hochwertige Metallgehäuse verhindert unerwünschte Schwingungen. „Unsere neuen Produkte sind das Ergebnis ausgiebiger Forschungen. Die Untersuchungen konzentrierten sich auf die Beschaffenheit des Gehörganges – mit dem Ziel, ein Produkt zu entwickeln, das problemlos perfekt sitzt und ein überwältigendes Hörerlebnis bietet“,

erklärt Henk de Jong, VP Peripherals and Accessories bei Philips Consumer Lifestyle. www.philips.de

Sound Isolating Technologie von Shure

Die Ohrhörer mit Sound Isolating Technologie wurden ursprünglich für professionelle Musiker entwickelt, damit diese sich auf lauten Bühnen klarer hören können als mit herkömmlichen Monitorlautsprechern. Kopfhörer umschließen meist das gesamte Ohr, übliche Ohrhörer, wie sie manchmal tragbaren Playern beiliegen, sitzen außen auf dem Ohr. Ohrhörer mit Sound Isolation sitzen direkt im Ohr und dichten dieses praktisch ab.

Mikro-Treiber (deren Technologie je nach Modell verschieden ist) sorgen bei den Shure-Ohrhörern für vollen, präzisen Klang. Die Kombination aus Isolation und Treiber-Technologie ermöglicht es dem Träger, auch feinste Details einer Aufnahme zu hören. Auf diese Weise können mehr Details bei geringerer Lautstärke gehört werden, als dies bei üblichen Kopfhörern möglich ist. Obendrein ist das Musikhören bei geringerer Lautstärke über längere Dauer weniger ermüdend und schonender für das Gehör, da ansonsten der eigentliche Klang mit den Hintergrundgeräuschen konkurriert und dann als Ausgleich die Lautstärke erhöht wird. Shure Ohrhörer können mit jeglichen Consumer-Elektronik-Geräten wie CD-, MP3- oder DVD-Playern, PCs und Mac-Computern sowie Spielkonsolen eingesetzt werden.

www.shure.de

Samsungs MP3-Player mit Touchscreen

Auf dem MP3-Player YP-P2 von Samsung lassen sich sowohl Video-, Musik- oder Fotodateien abspielen. Die Soft-Keys und Icons auf dem drei Zoll großen 3D-Touchscreen ermöglichen die einfache Steuerung durch das Menü. Eine leichte Berührung der Softkeys genügt, um zwischen verschiedenen Wiedergabemodi zu wechseln, Lautstärke oder Bildschirm-einstellungen zu ändern, Spiele aufzurufen oder Funktionen wie Kalender, Wecker oder den Texteditor zu aktivieren. Im bis zu acht Gigabyte großen internen Speicher lassen sich genügend Daten für ein ausgedehntes Unterhaltungsprogramm ablegen. Der Bildschirm mit WQVGA-Auflösung stellt Filme und Fotos scharf und detailreich im 16:9-Format dar. Musik im MP3-, WMA- und WMV-Format oder UKW-Radiosendungen spielt



der YP-P2 auf Wunsch auch via Bluetooth 2.0 auf bis zu zwei kabellose Kopfhörerpaare. Der Akku liefert Strom für bis zu 30 Stunden ununterbrochenen Musikgenuss sowie fünf Stunden Taschenkino-Videospaß. Der Player wiegt nur 79 Gramm, misst 100 x 52 x 9,9 Millimeter und ist in den Farben Schwarz, Weiß und Violett erhältlich. www.samsung.de

Sony bringt Walkman Video MP3-Player

Die drei Modelle der Walkman NWZ-A820-Serie sind in vier Farben (Schwarz, Silber, Champagner, Pink) und drei Speichergrößen (4, 8 und 16 Gigabyte) erhältlich. Mit nur einem Knopfdruck kann der Nutzer eines NWZ-A820-Modells die Bluetooth-Funktion aktivieren. Einmal verknüpft, wird die Verbindung zu einem Bluetooth-Gerät automatisch erkannt und hergestellt, zum Beispiel zum Sony Kopfhörer DR-BT50, der dank Funkübertragung digitalen Musikgenuss bei voller Bewegungsfreiheit gestattet.

Für besten Klang sorgen neue Technologien. Die von Sony entwickelte „Digital Sound Enhancement Engine“ (DSEE) rekonstruiert in einer Musikdatei jene Klanginformationen, die bei der Komprimierung verlorengegangen sind, so dass der Sound natürlicher klingt und dem Original wieder ähnlicher ist. „Clear Stereo“ sorgt für eine präzisere Trennung der beiden Stereo-Audiokanäle, wodurch das Klangbild an Klarheit und Räumlichkeit gewinnt. Die „Clear Bass“-Technik wiederum verstärkt die Basswiedergabe ohne jede Verzerrung. Um die Wiedergabe dem persönlichen Hörgeschmack anpassen zu können, stehen mehrere Klangeffekte inklusive eines 5-Band-Equalizers, der VPT Acoustic Engine und eines Dynamic Normalizer zur Auswahl.



Die Modelle der NWZ-A820-Serie geben Musikdateien kopierschutzfreier Formate wie AAC (non-DRM), MP3 sowie PCM ebenso wieder wie jene, die im Format Windows Media Audio (WMA) und mit DRM vorliegen. Videos spielen die Player in den High-Quality-Formaten H.264/AVC oder MPEG-4 ab. www.sony.de

Hama: Der Sound mit dem Dreh

Flexibilität ist Trumpf – das gilt auch beim Sound. Hama hat das Bluetooth-Stereo-Soundsystem „Twiddle“ auf den Markt gebracht. Das Kerngehäuse ist gerade mal so groß wie eine Getränkedose, hat eine samtartig-gummierte Oberfläche und bildet den Ausgangspunkt der zwei chromfarbenen Lautsprecher-Röhren, die sich für optimale Soundergebnisse in zwei

Richtungen drehen lassen. Die integrierte Bluetooth-Technik schickt die Musik kabellos auf das Sound-System. Für den mobilen Einsatz lässt sich das System auch mittels vier Mignonzellen immer und überall



betreiben. Auch MP3-Player ohne Bluetooth-Schnittstelle können über eine 3,5-mm-Klinkenbuchse angeschlossen werden. Stationär ist zusätzlich der Betrieb der Speaker über das beiliegende Netzteil möglich, was dann auch als Büro-Lautsprecher nutzbar ist. Am Twiddle selbst befinden sich die wichtigsten Bedientasten wie je eine Vor- und Zurück-Taste oder die Lautstärke-regelung. www.hama.de

Vivanco blendet Nebengeräusche aus

Die Lieblingsmusik aus MP3-Playern wird in Bus, Bahn oder Flieger oft durch Umgebungsgeräusche gestört. Ein völlig neues Klangerlebnis ohne nervende Nebengeräusche hingegen verspricht der Noise Isolation InEar-Kopfhörer SRI NI 60 von Vivanco. Möglich macht's ein spezieller Memo-



ryschäum, der sich im Ohr ausdehnt und der Passform des Trägers anpasst. Umgebungsgeräusche werden damit bis zu 95 Prozent ausgeblendet. Die speziellen Ohrpassstücke aus Memoryschäum bieten nicht nur eine hervorragende Abdichtung nach außen, sondern durch ihren guten Sitz auch einen optimalen Tragekomfort. Dank der hochwertigen Treiber liefert der SRI NI 60 zudem das volle Spektrum von Bässen und Höhen.

www.vivanco.de

MP3-Musik kommt auch über die Stereoanlage

Nach Bitkom-Schätzungen wurden in Deutschland im vergangenen Jahr rund 34 Millionen Einzelsongs und Alben aus dem Internet heruntergeladen. In vielen Fällen findet die Musik nur über den Umweg der selbstgebrannten CD zur Stereoanlage, denn der Computer steht selten dort, wo die Musik gehört wird. Zudem klingen die kleinen Computer-Boxen in der Regel nicht so gut wie die Stereoanlage. Hier gibt es inzwischen sehr einfache und preiswerte Lösungen, mit deren Hilfe sich der PC an die Stereoanlage anschließen lässt. Auch MP3-Player und Walkman-Handys lassen sich mit einfachem Zubehör an einer Stereoanlage betreiben. Wer seinem Kunden sagen kann, wie das geht, kann ein lukratives Zusatzgeschäft entwickeln.

Fast immer lässt sich ein PC per Kabel an die Stereoanlage anschließen. Benötigt werden Kabel, die für den PC-Ausgang über einen 3,5 mm-Klinken- oder Chinchstecker verfügen und für den Eingang bei der Stereoanlage einen Chinchstecker haben. Adapterkabel gibt es im Fachhandel. Mittlerweile können die Signale auch in hoher Qualität per Funk übertragen werden. Für die drahtlose Verbindung von PC und Stereoanlage braucht man lediglich ein Zusatzgerät, das die Signale überträgt. Es besteht aus einem Sender zum Anschluss an den PC und einem Empfänger zum Anschluss an die Stereoanlage. Teilweise wird eine Infrarot-Fernbedienung mitgeliefert. Einige Empfängergeräte verfügen zudem über einen Kartenleser. Dann können Songs, die auf Speicherkarten im Handy abgelegt sind, direkt abgespielt werden.

Eine einfache und viel genutzte Möglichkeit ist der direkte Anschluss eines MP3-Players an die Anlage. Die speziellen Adapterkabel sind im Fachhandel verfügbar und können bei jedem MP3-Player an die Kopfhörerbuchse angeschlossen werden.

Einige neue Stereoanlagen verfügen über einen USB-Anschluss. Dort können USB-Sticks mit Audio-Daten direkt angeschlossen werden. Dies funktioniert jedoch nicht, wenn die Musikdateien mit einem DRM-System geschützt sind.

Eine sehr elegante Lösung bieten spezielle PCs, die direkt für das Wohnzimmer konzipiert wurden. Diese sogenannten Wohnzimmer-PCs setzen sich von normalen Rechnern durch einige Besonderheiten ab: Sie erscheinen als integrierter Teil der Stereoanlage und sind in der Breite auf Hifi-Komponenten abgestimmt. Die Lüftung arbeitet besonders leise. Wohnzimmer-PCs besitzen genügend Speicherplatz, um das private Video- und Audio-Archiv auf der Festplatte zu speichern. Verstärker und TV-Gerät werden direkt an den Wohnzimmer-PC angeschlossen. So lassen sich alle Medien bequem via Fernbedienung anwählen und abspielen.

Für den Empfang von Internetradio gibt es spezielle Geräte. Diese unterscheiden sich optisch oft nicht von einem herkömmlichen Radio, funktionieren aber wie ein kleiner Computer. Sie empfangen per W-LAN oder über Netzkabel Internet-Sender in digitaler Qualität aus der ganzen Welt. Hierzu muss ein Internet-Anschluss vorhanden sein. Empfehlenswert ist dabei eine Internet-Flatrate, weil ansonsten Zusatzkosten anfallen können. In einigen neueren Anlagen ist ein Internetradio bereits integriert.

Spielekonsolen • Software • Games

Sony CEE: Neues Shop-in-Shop-Konzept

PlayStation Erlebniswelt

Mit Hilfe des zukunftsweisenden Shop-in-Shop-Systems von Sony Computer Entertainment wird das Thema „Info- und Entertainment“ im Laden ganzheitlich dargestellt. Der Kunde kann alle Komponenten ausprobieren und das Spielerlebnis selbst erfahren.

Die aktuellen Spielekonsolen sind weit mehr als nur Transportmedium für Videospiele. Gleich, ob portabel oder stationär, lassen sich auf ihnen zusätzlich Filme ansehen, Musik hören oder durch die Fotosammlung stöbern. Um dem Kunden diese Welt näherzubringen, setzt Sony Computer Entertainment auf ein neues Shop-in-Shop-System.

Auch die Händler haben erkannt, dass die Ausstellung des Spieleangebotes in einem Regal sowie die Platzierung der Hardware alleine nicht genügen. Vielmehr muss der Kunde sowohl Hard- als auch Software in Ruhe ausprobieren können. Für Sony Computer Entertainment ebenso wichtig ist die Präsentation des Systemgedankens. Gerade die PSP in Verbindung mit der PS3 sind ein gutes Beispiel dafür, wie stationäre und mobile Geräte miteinander kommunizieren können und multimediale Inhalte sowohl zu Hause als auch unterwegs nutzbar machen.

Die bislang einzigartige PlayStation Erlebniswelt rund um PlayStation 3 (PS3), PlayStation 2 (PS2) und PSP (PlayStation Portable) im Media Markt Mannheim auf 65 qm entspricht diesem

Systemgedanken und bietet den Kunden eine Kombination aus Beratung, Erlebnis und Präsentation des Produktsortiments. Neben der Vorstellung neuer Funktionen für die PS3 stehen am



Thomas Schütterle (links), Vertriebsleiter Sony Computer Entertainment Deutschland, und Christian Amend (rechts), Bereichsleiter Entertainment Media Markt Mannheim, freuen sich über die ganzheitliche Warenpräsentation.

Point of Sale die aktuellsten PlayStation Spiele zum Testen bereit. Ob kurvenreiche Rennen in High-Definition-Grafik, die der neueste Titel Gran Turismo 5: Prologue bietet, oder SingStar-Spaß am

Mikrofon, hier findet jeder die richtige Unterhaltung. Dass die PS3 nicht nur zum Spielen da ist, sondern gleichzeitig einer der preiswertesten Blu-ray-Player am Markt ist, wird für den Betrachter seh- und erlebbar. Denn das Format der Zukunft, Blu-ray, wird passend in Szene gesetzt. In Zusammenarbeit mit Sony Pictures Home Entertainment (SPHE) gibt es zusätzlich einen eigenen Bereich für aktuelle Blockbuster und Filmklassiker auf Blu-ray.

„Wir freuen uns sehr, dass Media Markt Mannheim innovativ in die Zukunft geblickt hat, und wir unterstützen diese Aktion gerne mit unserem Know-how und einer umfangreichen Warenpräsentation. Die Plattformen PS3, PS2 und PSP werden jetzt hautnah erlebt, eine kompetente und umfassende Beratung hilft bei allen Fragen, und schon vor dem Kauf wird die Blu-ray-Technologie anschaulich erläutert und kann vor Ort getestet werden“, sagt Thomas Schütterle, Vertriebsleiter Sony Computer Entertainment Deutschland. www.playstation.de

Erweiterungspack für Command & Conquer 3

Der charismatische Anführer der Bruderschaft von Nod ist zurück. Ausgestattet mit einer neuen Kampagne, sechs neuen Unterfraktionen und epischen Einheiten bringt Kanes Rache von electronics Arts für den PC den Spieler zurück in das Echtzeitstrategie-Universum um Command & Conquer. Die Story wird in High-Definition Videosequenzen durch zahlreiche bekannte Schauspieler erzählt. Darunter Natasha Henstridge (Species, Eli Stone), Carl Lumbly (Alias) und Joe Kucan als Oberbösewicht Kane. Durch die Einführung der sechs neuen Unterfraktionen können sich Spieler nun im Mehrspieler-Modus auf eine der neun verschiedenen Seiten schlagen. www.electronicarts.de



Spielhallenatmosphäre für Nintendo DS

Ubisoft bringt im Juni dieses Jahres mit Midnight Play! Pack die ultimative Sammlung mit fünf der meistverkauften, klassischen Handyspiele, die weltweit über 25 Mio. Mal heruntergeladen wurden, auf den Markt. Es beinhaltet die Spiele Midnight Pool, Midnight Hold'Em Poker, Midnight Bowling, Block Breaker Deluxe und Platinum Solitaire. Dank der ausgefeilten Grafik und seiner Atmosphäre verleiht Midnight Play! Pack dem Spieler das Gefühl, sich an einem Samstagabend in einer angesagten Bar zu befinden. Schillernde Charaktere und belebte Umgebungen verleihen dieser Spiele-Sammlung ein einzigartiges Flair, und die Touchpen-Steuerung ermöglicht eine intensive Spielerfahrung. Midnight Play! Pack ist die Sammlung, die jeden Spieler fünf unvergessene Klassiker erleben lässt. www.ubisoft.de



„Travel Coach“ - Interaktiver Reiseführer

Das Hamburger Medien Haus HMH bringt im Mai den ersten multilingualen Reise- und Sprachbegleiter für Nintendo DS auf den Markt. Neben einem ausführlichen und komplett vertonten Sprachlernenteil bietet das Produkt Wörterbücher in Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch und Italienisch sowie typische Reiseführer-Elemente und ein unterhaltsames Reisequiz für die ganze Familie. Mit mehr als 40.000 Stichwörtern und über 400.000 Wortformen in allen fünf



Sprachen ist der „Travel Coach“ ein wahres Sprachgenie. Dabei ist jede Übersetzungsrichtung aus jeder in jede Sprache möglich. Neben sprachbezogenen Funktionen bietet der Travel Coach auch jede Menge nützlicher Länderinformationen und Spielspaß in einem. www.hmh-interactive.de

Ubisoft kooperiert mit Tecmo

Ubisoft hat ein Abkommen mit Tecmo über NINJA GAIDEN: Dragon Sword für die Veröffentlichung in Europa abgeschlossen. Es ist der neueste Teil der Serie und gleichzeitig der erste speziell für Nintendo DS programmierte. Dank der auf Nintendo DS abgestimmten Steuerung kann der Touchpen zur Ausführung der Kampfbewegungen des Hauptcharakters, Ryu Hayabusas, genutzt werden. Per Richtungstasten kann Ryu Hayabusas rennen, springen und angreifen. NINJA GAIDEN: Dragon Sword wird im Juni 2008 in Europa erscheinen. www.ubisoft.de

Igel Ärgern! - Wettrennen für die Familie

Oxygen Games hat den Brettspielklassiker Igel Ärgern! für Nintendo DS umgesetzt. Ab sofort rennen, kriechen, drängeln und tricksen die Spieler im virtuellen Igel-Wettrennen. Igel Ärgern! ist ein Knobelspiel für die ganze Familie, bei dem Schnelligkeit und Gerissenheit zählen. Schritt für Schritt befördert der Spieler seine Igel mit dem Nintendo-DS-Stylus in Richtung Ziellinie. Fallgruben und listige Aktionen der Gegenspieler sorgen für spannende Wettkämpfe mit taktischer Note. Denn das Spielprinzip hält viele verschiedene hinterhältige Möglichkeiten zum Ausmanövrieren der Gegner bereit. www.oxygengames.net



SingStar Summer Hits

Mit der neuesten Compilation der SingStar-Reihe kommt zur Sommer Opening-Party die passende Musik. Sexy Songs von Amy Winehouse, KT Tunstall oder Rihanna und heiße Bands wie Ich + Ich und Tokio Hotel laden sofort zum Mitsingen ein. Den unvergesslichen Party-Abend runden Klassiker von Joe Cocker, Elton John, Diana Ross und Wham! mit ihrem Hit „Club Tropicana“ ab. Da kann sicher keiner still sitzen und das Wohnzimmer wird zur Freilichtbühne.

Im Party-Modus können mehrere SingStar-Talente gegeneinander antreten. Herausgefordert wird im Battle-Modus, bei dem die Sänger gleichzeitig gegeneinander ansingen, oder im Kopf-an-Kopf-Gesangsduell, bei dem zwei Spieler versuchen, abwechselnd Punkte zu ergattern. www.playstation.de



Neue Spiele und Geräte für N-Gage

Die mobile Spiele-Plattform N-Gage von Nokia ist weltweit ab sofort mit einem erweiterten Online-Angebot inklusive neuer Spiele für weitere compatible Nokia Mobiltelefone verfügbar.

Direkt von einem Nokia-Mobiltelefon der Typen N81, N81 8 GB, N82, N95 und N95 8 GB aus kann man auf hochwertige und speziell für mobile Geräte konzipierte Spiele zugreifen, diese ausprobieren und kaufen. Über die N-Gage Arena können Nutzer miteinander in Verbindung treten. Mit den Community-Funktionen können sie sich mit Freunden verabreden, Mitspieler für Games im Multiplayer-Modus finden, über Message-Boards und im Live-Chat über verschiedene Themen diskutieren sowie an Turnieren und moderierten Events teilnehmen. Mit der N-Gage Anwendung können Nutzer eine Freundesliste erstellen, private Mitteilungen senden und

empfangen sowie an Chats nach dem Instant-Messaging-Prinzip teilnehmen. Für das Spielen und die Teilnahme an Events in der Community gibt es N-Gage Punkte. Das N-Gage Internet-Portal komplettiert die mobile Spiele-Plattform. Spieler können hier nahtlos auch über den PC mit der Community kommunizieren, Spiele erwerben und auf N-Gage-kompatible Mobiltelefone laden.

Die exklusiven Titel auf der N-Gage Plattform gehören zu den grafisch aufwendigsten Spielen für mobile Endgeräte, die es jemals gab. Führende Anbieter entwickeln für N-Gage Spiele, die von Strategie- über Sport- bis zu Arcade- und Action-Games die komplette Bandbreite an Genres abdecken. N-Gage umfasst wegweisende Community-Möglichkeiten und in vielen Fällen neuartige visuelle Erlebnisse, die zuvor noch nie auf einem mobilen Gerät zu sehen waren. www.n-gage.com



Wegwerfen von CDs wird zur Urheberrechts-Verletzung

Die Musikindustrie versucht sich in Permanenz und oft erfolgreich, mit Initiativen auf unterschiedlichsten Ebenen abnormale Rechte bei der Durchsetzung ihrer Ansprüche an geistigem Eigentum zu sichern. Dazu gehören die direkte Datenabfrage von Nutzerdaten beim Internetprovider und das Verbot von „Umgehungstechnologien“. Die Universal Music Group (UMG) versucht jetzt, mit einer Klage in den USA einen neuen Rechtsanspruch durchzusetzen: Der Weiterverkauf und das Wegwerfen von CDs sollen zukünftig als Copyright-Verletzung strafrechtlich verfolgt werden können. Über den Rechtsanwalt Russell Frackman, der unter anderem für die Musikindustrie den Napster-Prozess gewann, hat Universal Music Klage gegen den Privatmann Troy Augusto erhoben. Augusto hatte Promo-CDs des Universal-Labels bei eBay angeboten. Universal Music argumentiert: Augusto habe diese CDs nicht weiterverkaufen dürfen, weil sie ihm von dem Musikkonzern nicht verkauft wurden und deshalb die „first-sale doctrine“ nicht zur Anwendung kommen könne, nach der das Eigentum von Rechteinhabern nur bis zum ersten Verkaufsvorgang eines Tonträgers gilt und dieser danach beliebig oft weiterverkauft werden darf. Die Musikindustrie versucht seit langem, den Weiterverkauf von gebrauchten Tonträgern gesetzlich zu verbieten. Im Fall Augusto will man diesem die Beweislast für den Erstverkauf auferlegen. Falls Universal mit dieser Auffassung vor Gericht erfolgreich ist, müssen Verbraucher zukünftig die Kaufbelege über CDs jahrzehntelang aufbewahren. Selbst ein Verschenken einer CD oder das Wegwerfen eines Tonträgers wäre dann eine „ungenehmigte Verbreitung“ und damit eine strafbewehrte Copyright-Verletzung. Das neue Rechtsprinzip ist problemlos auch auf Bücher zu übertragen. Eine Altpapier-Sammlung würde automatisch zur millionenfachen Urheberrechts-Verletzung führen. *evo*

Vertriebsleiter & Key Accounter

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

Meine Kernkompetenz:

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

Meine detaillierten Bewerbungsunterlagen erhalten Sie unter

Chiffre Nr. 4283415

Key Account Manager & Vertriebsleiter

sucht qualifizierte Management- und Führungsaufgabe im Bereich Unterhaltungselektronik, Informationstechnologie, Telekommunikation, Navigation.

In einem zukunftsbezogenen Markt möchte ich zielgerichtet meine solide gewachsenen Kontakte zu allen Entscheidern in den Zentralen der Fachhandelskooperationen

- MSH • CC Märkte • LEH • Discounter • usw. in professionell-innovativer Weise in Ihrem Unternehmen einbringen.

Mein Profil:

Erfolgsorientiertes Handeln und unternehmerisches Denken, kaufmännische Kompetenz und Organisationsgeschick zähle ich neben umfangreichen Kenntnissen in strategischer Ausrichtung und operativer Umsetzung ebenso zu meinen Stärken wie ein hohes Maß an Eigeninitiative und Kreativität. Fundierte Vertriebs- und Fachkom-

petenz als Teamplayer mit hoher sozialer Verantwortung und ausgeprägter Kommunikationsfähigkeit geben mir die Basis zum erfolgreichen Führen und Motivieren einer Vertriebsmannschaft.

Verhandlungssicherheit und einer anspruchsvollen Vertriebstätigkeit angemessene sprachliche und allgemeine Umgangsformen sowie sicheres Auftreten in jeder Situation runden mein Erfahrungsprofil ab.

Chiffre 4283405

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

Systemanalytiker (m/w)

Ihre Aufgaben:

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

Ihr Profil:

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

Kennziffer 278

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

Senior Systems Engineer (m/w)

Ihre Aufgaben:

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

Ihr Profil:

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

Kenntnisse moderner Software-Architekturen (z. B. SOA) und Middleware-Komponenten (DDS, CORBA,...)

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

Kennziffer 286

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

Controller Logistik m/w

Ihre Ziele/Aufgaben

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

Ihr Profil:

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

Kennziffer: 288

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

Gesellschaft für Personal- und Marketing-Beratung mbH



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

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

**PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards**

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der

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

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

Die Zustellung ist im Preis enthalten.



ISSN: 1615-0635

Schnellster Autofokus im Live View Modus*

Club sonus. Fotografen unter sich.
Die neue Community im Netz.
Infos unter www.sony.de/club-sonus



α350

Die neue α350 von Sony mit schnellstem und natürlichem Autofokus im Live View Modus. Selbst im Live View Modus verfügt die α350 über einen äußerst präzisen und reaktionsschnellen Autofokus, der sicheres Fotografieren auch bei bewegten Motiven ermöglicht – weil jeder Augenblick zählt. www.sony.de/images

SONY

α

images like.no.other™