PoS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Juni 2009

ISSN 1615 - 0635 • 5,– €

10. Jahrgang • 51612

http://www.pos-mail.de

Fotografie ist in. Das sieht man nicht nur in der Theorie, zum Beispiel an den stetig steigenden Verkaufszahlen für Bildaufnahmegeräte aller Art und der wachsenden Zahl von Foto-Communities im World Wide Web, sondern auch im täglichen Leben; live in seinem persönlichen Umfeld ebenso wie beispielsweise im Fernsehen. Es ist kaum mehr möglich, einige hundert Meter unter freiem Himmel zu gehen, ohne jemandem zu begegnen, der mit Hilfe einer Fotokamera, eines Kamerahandys oder eines Camcorders einen winzigen Ausschnitt seines Lebens im Bild festhält. Und bei Gala-Abenden mit Prominenten, bei der Übertragung von Sportereignissen oder Popkonzerten sind stets Zuschauer und Zaungäste zu beobachten, die die Gunst der Stunden nutzen und Stars und Sternchen auf den Chip bannen.

Blogs und speziell eingerichtete Portale bei Zeitungen, TV-Sendern und Nachrichtenagenturen sorgen dafür, in Kombination mit schnellen Übertragungsmöglichkeiten, dass Ereignisse von öffentlicher Bedeutung schon Sekunden später für einen großen Betrachterkreis zur Verfügung stehen. Als Beispiele seien hier das Attentat auf die Londoner U-Bahn im Juli 2005 oder die Terroranschläge in Mumbai im November 2008 genannt. Hier wurden die ersten Bilder vom Geschehen schon wenige Minuten nach dem Beginn der Ereignisse veröffentlicht. Traurige Anlässe, aber auch dadurch hat die Fotografie an Popularität gewonnen.

Und für eine große Menge jüngerer Menschen ist die Bildaufzeichnung zu einer selbstverständlichen Möglichkeit geworden, ihren persönlichen Stil auszudrükken und mit anderen zu kommunizieren. Oftmals ist das Einstellen einer Porträtaufnahme in sozialen Online-Netzwerken wie Facebook oder studiVZ die „Einstiegsdroge“, über die der Spaß an der Fotografie geweckt wird.

Doch unabhängig von gesellschaftlichen Entwicklungen liefern die Aufnahmegeräte selbst die wichtigsten Gründe für die wachsende Begeisterung am Thema Fotografie. Schon in den unteren Preisklassen sind heute Kameras zu finden, mit denen auch Einsteiger von Beginn an perfekte Fotos machen können. Gespickt mit modernster Ausstattung, von schnellen Prozessoren bis zu ausgefeilten automatischen Bildverbesserungsprogrammen, liefern Kameras Verkaufsargumente aus sich heraus. Die umso üppiger ausfallen, desto höherpreisig das einzelne Modell angesiedelt ist.

Und die Hersteller werden nicht müde, immer wieder neue Techni-

Abwrackprämie für Bremser

Zwei Presseinformationen, die am selben Tag in der PoS-MAIL Redaktion eintreffen, regen zum Nachdenken an. Die erste kommt vom High-Tech-Verband Bitkom und kündigt für den deutschen CE-Markt im Jahr 2009 einen Umsatzrückgang um sieben Prozent auf 12,5 Milliarden Euro an. Der Grund dafür ist nicht die Wirtschaftskrise oder mangelnde Konsumbereitschaft der Verbraucher, sondern Marktsättigungstendenzen und sinkende Preise. Jedenfalls erwartet der Verband in diesem Jahr einen neuen Verkaufsrekord für Flachbildfernseher mit einem Plus von 7,4 Prozent nach Stück.

Dann werden in den deutschen Haushalten zum Jahresende 17,5 Millionen HD-fähige Fernsehgeräte vorhanden sein – allein im letzten Jahr haben die Kunden für dieses innovative Segment 5,5 Milliarden Euro ausgegeben. Obwohl sich die Konsumenten damit bereits für die Fernsehzukunft entschieden haben, fahren die Fernsehsender weiterhin im Bummelzug in die digitale Zukunft. Davon handelt die zweite Presseinformation – eine gemeinsame Erklärung des ZVEI und des Bundesverbandes Technik des Einzelhandels BVT. Bei HDTV und der Digitalisierung der Übertragungswege, so klagen die beiden Verbände, liege Deutschland im europäischen Vergleich im hinteren Mittelfeld. Im Rahmen des gemeinsamen Branchendialogs haben die beiden Interessenvertretungen auch mit Fernsehsendern gesprochen und dabei nochmals die schnelle Einführung des HDTV Regelbetriebes gefordert. Die Vertreter der Sendeanstalten machten indessen deutlich, dass der Übergang zur HD-Ära, der mit der Aufnahme des Regelbetriebs zu den Olympischen Winterspielen 2010 starten soll, nur schrittweise möglich sei. Zur Leichtathletik-Weltmeisterschaft in diesem Jahr, zur IFA oder auch zu Weihnachten sollen darum nur „verschiedene Showcases“ durchgeführt werden, die „einen letzten Feinschliff für Sendetechnik und auch die Empfangsgeräte ermöglichen und den Zuschauern gleichzeitig einen Eindruck von der hohen Bild- und Tonqualität durch HDTV vermitteln sollen.“

Im Klartext: Die Sender müssen noch üben. Man fasst es nicht! Seit etlichen Jahren wird über HDTV geredet, diskutiert und über Einführungstermine gefeilscht, und die mit fetten Zwangsgebühren satt alimentierten Sendeanstalten sind immer noch nicht fertig?!

ZVEI und BVT fordern gemeinsam, den HDTV Regelbetrieb der öffentlich-rechtlichen Sender in Form von massenwirksamen Fernsehformaten bereits ab dem geplanten Testbetrieb zur IFA im September 2009 aufzunehmen und Industrie, Handel, Handwerk, Infrastruktur-Anbieter in die von den Öffentlich-Rechtlichen geplante Digitalisierungs- und HDTV-Kommunikationskampagne bereits in 2009 einzubinden. Dem ist nichts hinzuzufügen. Die Bremser müssen endlich abgewrackt werden – die Prämie haben die Gebührenzahler bereits überwiesen.

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

ken und Technologien in die Geräte zu integrieren. Viele davon bieten nur kurzzeitig ein Alleinstellungsmerkmal und sind schon nach kurzer Zeit Standard – sogar in Mobiltelefonen mit integrierter Kamera. Hier sind zum Beispiel die Gesichts- und Lächelautomatik ebenso zu nennen wie die automatische Schattenaufhellung.

Immer wichtiger für das Verkaufsgespräch am Point of Sale werden zudem Designaspekte. Niemals zuvor hat es so viele unterschiedliche Gehäusefarben bei den Kameras gegeben wie heute. Ebenso werden immer wieder neue Materialien genutzt oder miteinander kombiniert, die die Benutzung einer Fotokamera auch zu einem haptischen Erlebnis machen. Das zudem vielfach von besonders bedienerfreundlicher Ergonomie unterstützt wird.

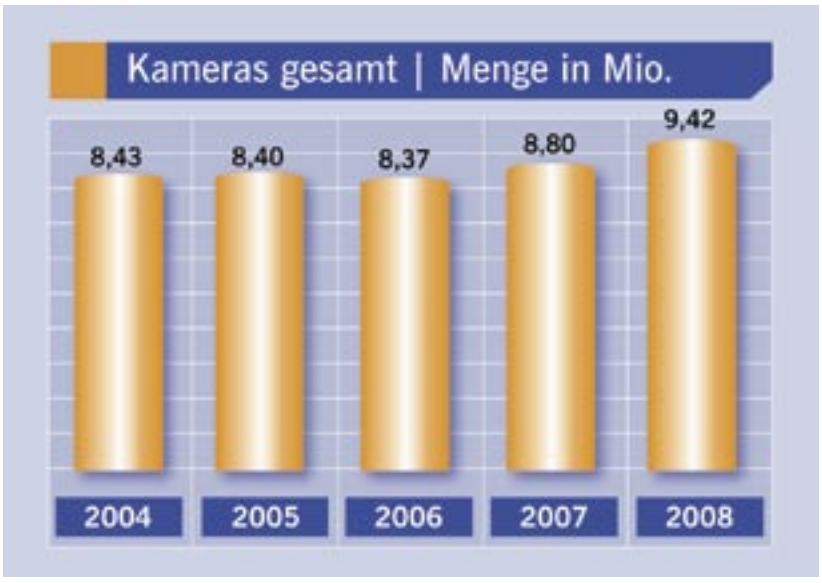
Positive Erwartungen

Händler, die Kameras in ihrem Sortiment führen, können deshalb positiv in die Zukunft blicken. Stetig neue Features werden auch weiterhin vor allem bei Technik-Fans Begehrlichkeiten wecken, die bevorstehende Urlaubszeit gehört traditionell – neben dem Weihnachtsgeschäft – zu den Top-Verkaufszeiten, und dank des raschen technischen Fortschritts werden immer mehr Kunden ihre alten Geräte durch neue ersetzen wollen.

Gleichzeitig sorgt die Integration vollkommen neuer Funktionalitäten in die Geräte, hier sei beispielsweise die Möglichkeit genannt, auch mit einer Fotokamera Videos in Full-HD-Qualität aufzuzeichnen, ebenso wie die Integration der Geräte in die heimische Multimedia- und Entertainmentwelt für wachsende Nachfrage. So gibt es keinen ernsthaften Zweifel daran, dass sich die erwartete Steigerung der Verkaufszahlen von Flachbildfernsehern (siehe das Editorial links) auch positiv auf den Absatz von Kameras auswirken wird. Denn noch niemals zuvor war es so einfach, hochqualitative Diaschauen und Videofilme zu produzieren und die Ergebnisse zu präsentieren wie heute. Mit einem entsprechenden TV-Gerät im Verkaufsraum hat der Händler es selbst in der Hand, seinen Kunden die heute erzielbare Qualität zu demonstrieren und die Nachfrage anzukurbeln.

Hochqualitative Videos

Eine besondere Rolle beim Verkaufsgespräch am Point of Sale hat in jüngster Zeit die Tatsache eingenommen, dass HD-Videos inzwischen auch mit Fotokameras vollkommen problemlos produziert werden können. Längst sind die Zeiten vorbei, in denen rukkelnde Bilder in VGA-Auflösung nur dazu geeignet waren, auf dem Kameradisplay betrachtet zu werden. Viele kompakte Digitalkameras, aber auch Spiegelreflex- und Systemkameras wie die neue Lumix GH1 von Panasonic, erlauben heute die Videoaufzeichnung in HD oder gar Full-HD.



In den vergangenen Jahren hat sich der Kameramarkt auf hohem Niveau gehalten, zuletzt mit stark steigender Tendenz. *Quelle: Photoindustrie-Verband*

AVCHD

Der Standard Advanced Video Codec High Definition wurde gemeinsam von den Unternehmen Matsushita (Panasonic) und Sony entwickelt und am 11. Mai 2006 vorgestellt. Die beiden Unternehmen halten auch die Rechte an AVCHD als Markenzeichen.

Hersteller wie Panasonic, Sony und Canon setzen bei Camcordern auf das Advanced Video Codec High Definition Verfahren, kurz AVCHD, zur Aufzeichnung der Daten auf DVDs, SD-Karten, Memory Sticks, Festplatten oder Festspeicher. AVCHD verwendet den H.264/MPEG-4 AVC-Codec und steht in direkter Konkurrenz zu den Formaten MiniDV und besonders HDV.

Seit Ende Januar gibt es zudem den neuen Standard AVCHD Lite für die Lumix Digitalkameras von Panasonic. Dieser entspricht in allen Spezifikationen dem AVCHD-Standard, mit der einzigen Einschränkung, dass er sich für Videoaufnahmen nur auf das Zeilenformat mit 720 Zeilen (720p) beschränkt und somit bei Videoaufnahmen das Zeilenformat 1.080i nicht unterstützt.

Weniger technisch ausgedrückt bedeutet das, dass AVCHD Lite ebenfalls ökonomische, rausch-

Full-HD-Video auch mit SLR- und Systemkameras

Was zu analogen Fotozeiten und auch noch zu Beginn der Ära der Digitalfotografie undenkbar schien, wird inzwischen beinahe zur Normalität: die Aufzeichnung von Videofilmen in Topqualität mit Spiegelreflex- oder Systemkameras. Großer Vorteil der Systemkameras gegenüber ihren kompakten Schwestermodellen ist vor allem das umfangreiche Angebot an Wechselobjektiven, das die einzelnen Hersteller bereithalten.

Die Nikon D5000 (oben), die Canon EOS 500D und die Panasonic Lumix GH1 gehören zu den neuesten Systemkameras, mit denen Full-HD-Videos aufgezeichnet werden können.

Damit lassen sich nicht nur mehr Filmideen realisieren, sondern gegebenenfalls können auch Effekte erzielt werden, die selbst Camcorder mit integriertem xfach-Zoomobjektiv nicht zustande bringen; zum Beispiel beim Einsatz eines Fish-Eye-Objektivs. Zudem sind Systemkameras mit einem Zubehörschuh ausgestattet, in dem sich Zubehör wie Videoleuchten oder Mikrofon unterbringen lässt – was der Qualität der produzierten Filme zugute kommt.

arme Datenkompression, hohe Tonqualität (Dolby AC-3) und hervorragende Netzwerkfähigkeiten mit sich bringt. Somit lassen sich AVCDH- und AVCDH Lite-Produkte extrem einfach und ohne Qualitätsverlust in bestehende Home-Entertainment-Lösungen integrieren.

Dynamic Photo Function

Ein Verkaufsargument der besonderen Art hat Casio Anfang des Jahres mit dem neuen Bildprozessor Exilim 4.0 Engine vorgestellt. Er ist in der Lage, die aufgenommenen Bilder in Höchstgeschwindigkeit zu verarbeiten und ermöglicht damit in einigen Modellen der jüngsten Kamerageneration die neue Dynamic Photo Funktion. Dank dieser kann ein sich bewegendes Motiv aus mehreren zuvor aufgenommenen Aufnahmen ausgeschnitten und vor ein anderes, bereits bestehendes Foto, das den Hintergrund bildet, eingesetzt werden. Damit wird erstmals das Erstellen einer einzigartigen Bildfolge, bei der sich nur das Motiv bewegt, ohne Bearbeitung am Computer möglich. Auf diese Weise lassen sich Motive in vollkommen neue Zusammenhänge bringen und statische Aufnahmen können animiert werden.

Mit der Dynamic Photo Function können bewegte Motive in statische Aufnahmen einkopiert werden (was sich in einem Printmedium naturgemäß nicht darstellen lässt).

High-Speed-Fotografie

Apropos Höchstgeschwindigkeit: Wiederum Casio war das Unternehmen, das dieses Thema in den Mittelpunkt des Interesses vieler Fotografen gerückt hat. Waren Hochgeschwindigkeitsaufnahmen zuvor nur mit extrem teuren Spezialkameras möglich, so hat Casio seit dem Frühjahr des vorigen Jahres mit inzwischen vier Modellen (zwei Bridgekameras und zwei Kompaktkameras) seiner F-Serie die Hochgeschwindigkeitsfotografie massenmarktfähig gemacht. Insbesondere Freunde der Sport- und Actionfotografie können jetzt davon profitieren, dass die verschiedenen Casio Kameras bis zu 60 Fotos pro Sekunde ermöglichen. Damit können die entscheidenden Augenblicke auch bei besonders schnellen Motiven genau dann eingefangen werden, wenn es optimal ist; etwa dann, wenn der Ball beim entscheidenden Schmetterschlag beim Beach-Volleyball die Hand verlässt, wenn beim Rennwagen die Bremsen für Funkenflug sorgen oder wenn im heimischen Garten die Biene im Anflug auf die Tulpenblüte ist.

Panorama-Fotografie

Vor allem bei der Reise in entfernte Gefilde wünscht man sich oft, die beeindruckenden Landschafts-Panoramen in ihrer gesamten Breite bildlich konservieren zu können. Dies ist gewöhnlich mit einer speziellen Software am heimischen Rechner möglich, die per sogenanntem „Stitching“ (aus dem Englischen = anheften, zusammennähen) aus mehreren unmittelbar hintereinander aufgenommenen Bildern eine Panoramaaufnahme zusammensetzt.

Sonys neue HX1 ist mit einer integrierten Panoramafunktion ausgestattet.

Einfacher geht es, wenn die entsprechende Software bereits in der Kamera vorhanden ist – so wie in Sonys neuer HX1. Dort heißt sie „Sweep-Panorama“-Funktion. Drückt der Nutzer den Auslöser einmal und schwenkt die Kamera wahlweise horizontal oder vertikal, fügt die Kamera die eingefangenen Motive nahtlos zu einem Bild in hoher Auflösung zusammen. So lassen sich beispielsweise kinderleicht atemberaubende Landschafts- oder Straßenbildpanoramen ohne sichtbare Übergänge erzeugen.

Verbesserte Displays

Zwar keine Funktion, sondern ein Ausstattungsmerkmal, aber gleichzeitig ein hervorragendes Verkaufsargument, liefern die neuen Displays, mit denen Kamerahersteller ihre Geräte ausstatten und die für den Nutzer vor allem bei sehr hellem Umgebungslicht oder direkter Sonne wertvoll sind. Hervorzuheben sind hier etwa die Active Matrix OLED-Displays, die sich in einigen Samsung Modellen finden. Sie zeichnen sich durch einen großen Betrachtungswinkel (180 Grad), eine höhere Bildqualität und ein extrem gutes Kontrastverhältnis von 10.000:1 (statt der sonst meist üblichen 300:1) aus.

Dank neuer AMOLED Technologie zeigt das Display einiger Samsung-Modelle besonders brillante Bilder.

Ertragsstarkes Zubehörgeschäft

Nicht geändert haben sich mit dem Wechsel von der analogen zur digitalen Fotografie die Möglichkeiten, mit Zubehör attraktive Zusatzerträge zu erzielen. Wurden früher vor allem Filme benötigt (dieses Geschäft ist übrigens noch lange nicht vorbei), so sind heute

Wechselspeicherkarten an deren Stelle getreten. Zwar ist hier ein extremer Preisverfall festzustellen, aber da billig in diesem Segment wenig mit gut zu tun hat, kann der Händler den Kunden durch gezielte Beratung dazu veranlassen, auf hochpreisigere Produkte umzusteigen.

Zum bevorstehenden Sommerurlaub bieten sich zudem große Chancen beim Verkauf von Produkten für Sand, Strand und unter Wasser. Wer sich nicht von vornherein für eine staub- und wasserdichte Kamera entscheidet (rechts im Bild die Olympus µ 8000), freut sich sicherlich über die Empfehlung eines zu seinem Kameramodell passenden Unterwassergehäuses (links das Fujifilm FXF 100), das nicht nur Aufnahmen unter der Wasseroberfläche ermöglicht, sondern die Kamera auch in rauer Umgebung schützt.

PoS-MAIL INHALT

Aktuell ... 4

Toshiba: Vorhang auf für eine neue Display-Generation ... 6

WLC: Herstellerunabhängige AV-Schulungen Phönix Projekt 2010 ... 6

Loewe: 100-Hertz-Technologie, Internetradio und Mediaplayer ... 7

Philips: Cinema 21:9 im Handel ... 8

Schnepel: Individuelle Kundenberatung mit Flatscreenfitter-Touch ... 8

Displays ... 10

Unterhaltungselektronik ... 10

Satellitentechnik ... 11

Wisi: Alte Kabelnetze in Häusern für Sat-Betrieb nutzen ... 12

TechniSat: Mit neuen Produkten auf der Anga Cable ... 12

TK-Nachrichten ... 18

Messe Berlin: IFA wird 2009 zum Motor für die Märkte ... 19

Herweck lädt zur siebten Perspectives ... 20

Bei Vodafone gibt es jetzt das Google-Phone HTC Magic ... 20

„Falk Excellence Initiative“ wird ausgeweitet ... 22

Navigation ... 24

TK-Neuheiten ... 24

Dyson mit patentierter Technologie auf dem Siegerpodest ... 26

Die neue Samsung Camcorder Generation ... 27

Mamisto stellt neues Instore-Radio vor ... 28

Informationstechnologie ... 28

Games ... 29

Microsoft: Einfaches und direktes Zusatzgeschäft ... 30

No(?)sense ... 31

Impressum ... 31

PoS Aktuell

Führungswechsel im Samsung Marketing

Michael Kurpiers hat die Samsung Electronics GmbH zum 30.4.2009 verlassen. Jedoch steht der Senior Manager Corporate Marketing dem Unternehmen noch bis zum Ende des Jahres beratend zur Seite. Die Leitung der Abteilung hat derzeit der Senior Business Manager Brandon Lee. Rund drei Jahre verantwortete Michael Kurpiers das Corporate Marketing und richtete die Kommunikation aller Bereiche strategisch auf die weitere Steigerung der Markenbekanntheit aus. Neben der Verantwortung für das Marketing übernahm er auch die Funktion des Unternehmenssprechers. Im Rahmen seiner persönlichen und beruflichen Lebensplanung hat sich Kurpiers nun entschieden, das Unternehmen zu verlassen. www.samsung.de

Michael Kurpiers

Hanny ist neuer Sales Director bei One for All

Zum 1. April hat der bisherige Sales Director für Deutschland und Österreich, Andreas Hanny, die Vertriebsleitung der Regionen Zentral- und Ost-Europa für die One For All GmbH übernommen. Daneben zeichnet er ebenfalls für die Aktivitäten im russischen und skandinavischen Raum verantwortlich.

Andreas Hanny

Hanny, seit 2007 bei One For All tätig, kann auf eine langjährige Erfahrung im Bereich Vertrieb zurückschauen, unter anderem bei der Targus Austria GmbH, für die er in leitender Position auch als Geschäftsführer tätig war.
Mit der Ernennung setzt One For All auf die Expertise des 38jährigen, die Erfolge in Deutschland und Österreich auch im europäischen Rahmen zu erzielen.
www.oneforall.de

Tim Scale jetzt Product Manager bei Buffalo

Buffalo Technology hat mit Tim Scale einen neuen Product Marketing Manager für Europa gewonnen. Eine seiner Aufgaben wird es sein, die Produkt Marketing Strategie von Buffalo Technology in Europa voranzutreiben. Tim Scale wird in den Niederlanden ansässig sein. „Die Möglichkeit, in einer so spannenden Zeit bei Buffalo Technology einzusteigen, konnte ich mir nicht entgehen lassen“, so Scale. Tim Scale verfügt über mehr als 25 Jahre Berufserfahrung in diversen Technologie-Unternehmen und begleitete Senior Produkt Management Positionen in Europa und Fernost. Bevor er zu Buffalo Technology wechselte, arbeitete er für Unternehmen wie Philips, Lucas sowie Seiko in Großbritannien, den Niederlanden und in Deutschland.
www.buffalo-technology.de

Pocket-Guide HDTV in neuer Auflage

Das hochauflösende Fernsehen HDTV wird das herkömmliche Fernsehen erweitern. Damit interessierte Kunden alle wichtigen Daten und Begriffe zu HDTV kennenlernen und einordnen können, haben der Bundesverband Technik des Einzelhandels e.V. (BVT), die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) mbH, die Deutsche TV-Plattform, der ZVEI Zentralverband Elektrotechnik- und Elektronikindustrie e.V. und die Arbeitsgemeinschaft Satellitenempfang (AGSAT) e.V. den „Pocket-Guide HDTV“, in einer aktualisierten Auflage herausgegeben.

Der Einkaufsberater bietet markenneutrale Informationen für die Verbraucher und eine Beratungs- und Abverkaufshilfe für den Fachhandel. Die 16-seitige Broschüre „Pocket-Guide HDTV“ erleichtert dem Verbraucher die Auswahl von Technik und Systemen für den HDTV-Genuss. Der Einkaufsberater für den Endverbraucher ist eine marken- und systemneutrale Orientierungshilfe und kompetente Informationsquelle. Der Pocket-Guide kann vom Fachhändler direkt beim SOK-Verlag mit und ohne Händlereindruck unter der Telefaxnummer 02151-15256-29 bestellt werden. www.gfu.de

Kai Mitterlechner leitet Premiere Austria

Kai Mitterlechner hat als Vice President Sales & Operations Austria die operative Führung von Premiere Austria übernommen. Er wird die österreichische Tochtergesellschaft als Managing Director vertreten und berichtet direkt an Marcello Maggioni, Senior Vice President Sales & Marketing der Premiere AG. Seit 2007 arbeitete Mitterlechner als Vice President Strategy & Products. Vorgänger Werner Stöckel hat Premiere auf eigenen Wunsch Ende März verlassen, um sich neuen Herausforderungen zu stellen.
www.premiere.de

Sony: Bewertungshilfe beim Projektorkauf

Derzeitige Produktspezifikationen wie Helligkeit, Kontrastverhältnis und Auflösung geben keinen Aufschluss über die Farbwiedergabe eines Projektors. Bisher hatten Käufer keine Möglichkeit, festzustellen, ob ein Projektor in der Praxis tatsächlich intensive und lebendige Farben erzeugen kann. Mit der Angabe der Farblichtleistung, im Englischen „Color Light Output“, kurz CLO genannt, bietet Sony neben der herkömmlichen Weißlichtleistung nun einen weiteren wichtigen Indikator für die Bildqualität. Anwender können so die Farbdarstellung verschiedener Projektoren vergleichen und entsprechende Kaufentscheidungen treffen.
www.sony.de

TÜV-Siegel für Euronics-Händler

Bei der letzten Kundenzufriedenheitsanalyse der Euronics gingen über 10.000 Fragebögen bei der Euronics ein. „Es hat sich gezeigt, dass unsere Fachgeschäfte und Fachmärkte über einen hohen Stammkundenanteil verfügen“, so Jan van Baßhuysen, Leiter Fachmärkte. Besonders erfreulich in diesem Zusammenhang: Immer mehr Kunden empfehlen die Euronics weiter. Das zeigt der Anstieg der Quote der Kunden, die ein Geschäft weiterempfehlen, auf 44 Prozent. Aufgrund der überdurchschnittlich positiven Kundenbewertungen erhalten 34 Euronics Mitglieder jetzt das begehrte TÜV-Siegel für geprüfte Kundenzufriedenheit und können dieses ab sofort aktiv in ihrer Kommunikation einsetzen.
www.euronics.de

Samsung kooperiert mit Medium

Samsung Projektoren werden ab sofort auch über die Medium Vertriebsgesellschaft für audiovisuelle Kommunikationsmittel mbH vertrieben. Mit dem auf Präsentations- und Konferenztechnik spezialisierten Großhandelsunternehmen gewinnt Samsung einen weiteren Vertriebspartner für sein expandierendes Projektoren-Geschäft. Samsung profitiert dabei vom umfassenden Händlernetzwerk und der starken Positionierung von Medium als Vollsortimenter für Präsentations- und Konferenztechnik. Neben einer Reihe von Projektoren in verschiedenen Lichtstärken für Konferenzen und Präsentationen nimmt Medium auch den ultrakompakten LED-Projektor SP-P400B und den High-End-Heimkino-Projektor SP-A800B in sein Programm auf.
www.samsung.de

Epson-Beirat neu gewählt

Die Würfel sind gefallen, die Epson Fachhandelspartner haben aus 26 Kandidaten ihren Händlerbeirat für den Zeitraum 2009 bis 2011 gewählt. Zwei Mitglieder des bisherigen Gremiums werden auch im neuen Team vertreten sein, sechs neue kommen hinzu. Rund 500 Fachhändler beteiligten sich über die Epson Ontop Internet-Plattform, auf der die Kandidaten vorab ausführlich vorgestellt wurden, an der Wahl. Auf das Gremium wartet bereits viel Arbeit, wie Epson Vertriebsdirektor Paul Schmidt erläutert: „Es gilt jetzt, die strategischen Weichenstellungen für die kommenden Jahre vorzunehmen. Themen für den Händlerbeirat sind beispielsweise der Technologiewandel von Laser zu Tinte, passgenaue Lösungen für die vertikalen Märkte und eine Ausweitung von Projektgeschäften.“ www.epson.de

Der Epson Beirat (v. l.) Obere Reihe: Michael Swoboda, Frank Ahlemeyer, Wolfgang Ring, Martin Bruderer. Untere Reihe: Michael Hencke, Andreas Feller, Jens Walther, Dietmar Gröb

JKP-Schnupperkurse von WLC auf der High End

Auf der High End 2009 in München vom 21.–24. Mai ist White Light Consultations als Unteraussteller bei Screen Professional, Mitsubishi und B&W zu finden. In „JKP-Schnupperkursen“ zeigt Marcel Gonska täglich im Atrium 4, Raum F110 + F114, welches Potential in High-Definition Filmmaterial steckt und wie Hersteller, Händler und in letzter Konsequenz auch der Verbraucher von einer richtigen Kalibrierung von Projektoren und Displays profitieren. Vor Ort haben interessierte Händler die Möglichkeit, sich für die JKP Level 1- und JKP Level 2-Trainings im WLC-Schulungszentrum in Rösrath bei Köln anzumelden. www.wlc-online.net

Markt für Blu-ray-Player legt stark zu

Der deutsche Markt für hochauflösende DVD-Spieler wird laut Marktforschungsinstitut EITO im diesem Jahr voraussichtlich um 113 Prozent wachsen. Die Gesamtumsätze werden damit auf ein Volumen von rund 93 Millionen Euro steigen. Nach der EITO-Prognose werden 2009 rund 400.000 Blu-ray-Player in Deutschland verkauft. Das entspricht einem Anstieg von 190 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Hinzu kommen rund eine Million Blu-ray-Laufwerke pro Jahr, die in Spielkonsolen und Computer eingebaut werden. Der europäische Markt für HD-DVD-Spieler wird 2009 voraussichtlich um 125 Prozent auf ein Volumen von rund 519 Millionen Euro zulegen. In Großbritannien wächst der Umsatz mit Blu-ray-Playern in 2009 um 141 Prozent auf 171 Millionen Euro. www.eito.com

Deutsche kaufen 2009 mehr als 7 Millionen TV-Geräte

Die Nachfrage nach LCD- und Plasmafernsehern steigt trotz Wirtschaftskrise weiter. 2009 werden dank sinkender Preise laut Marktforschungsinstitut EITO insgesamt 7,1 Millionen Flachbildfernseher verkauft, ein Plus von 7,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Röhrengeräte spielen fast keine Rolle mehr. Ihr Absatz halbiert sich auf knapp 300.000 Stück.
Der Durchschnittspreis für einen Flachbildfernseher fällt in diesem Jahr von 820 auf 747 Euro – ein Rückgang um 9 Prozent. Dabei gehen die Preise für Plasmabildschirme im Schnitt von 975 auf 934 Euro und für LCD-Fernseher von 800 auf 725 Euro zurück.
Die Trends im Fernsehmarkt gehen hin zu größeren Bildschirmdiagonalen, HDTV und der Einbindung des Fernsehgeräts in ein Heimnetzwerk. Ab den Olympischen Winterspielen 2010 senden die öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten häufig in HD-Qualität. Außerdem wollen immer mehr Verbraucher moderne TV-Geräte mit ihrem PC verbinden. Dann können beispielsweise Fotodateien per Funk oder Kabel vom heimischen Rechner zum Fernseher gesendet und dort angeschaut werden. Ein Internetanschluss für das TV-Gerät ist der nächste Schritt. Schon heute werden Mikroprozessoren für Media-Player, Settop-Boxen und TV entwickelt, um deren Internetfunktionen erheblich zu verbessern.
Fernsehgeräte bleiben das wichtigste Segment im CE-Markt. Sie stehen für rund 40 Prozent der Umsätze in der Unterhaltungselektronik. Das Mengenwachstum bei den verkauften Geräten kann den Preisrückgang allerdings nicht vollständig kompensieren. Daher wird der Umsatz mit Flachbildfernsehern in diesem Jahr leicht um 2 Prozent auf 5,3 Milliarden Euro zurückgehen. Im kommenden Jahr soll er stabil bleiben.
„Die Kunden erhalten größere Bildschirme mit mehr Leistung und Extras für weniger Geld“, sagte Jeffry van Ede, Mitglied des Bitkom-Präsidiums. „Rund 95 Prozent der Flat-TV-Käufer entscheiden sich in diesem Jahr für ein hochauflösendes Gerät, was den Absatz von Blu-ray-Playern sowie HD-fähigen Set-top-Boxen und Festplattenrecordern fördert.“ www.bitkom.de

Cinema 21:9. Der weltweit erste Fernseher im Kinoformat.

Ein Meilenstein der TV-Innovation. Endlich gibt es einen Fernseher, der Filme so zeigen kann, wie sie original gedreht wurden. Keine schwarzen Balken mehr, sondern der ganze Film auf dem ganzen Bildschirm. Natürlich mit Ambilight, dem atmosphärischen Umgebungslicht, das sich automatisch dem Fernsehbild anpasst – für ein einzigartiges Kinoerlebnis zu Hause. www.philips.de/cinema

PHILIPS
sense and simplicity

Toshiba: Vorhang auf für eine neue Displaygeneration

Angriff auf die Elite

Auf der Premierenshow für seine neuen Flat-TVs Ende April in Düsseldorf hat Toshiba seine neuen LC-Displays präsentiert und das Ziel für dieses Jahr festgesteckt: Wir werden die Nummer drei in Deutschland. Angesichts neuer Technologien und einer klaren Ausrichtung auf den Fachhandel ein lösbares Unterfangen.

„Es ist Zeit für Expansion“, verkündete Noriati Hachimoto, President Toshiba Europe, zur Eröffnung der Premierenveranstaltung im Düsseldorfer Hafen. So will das Unternehmen in diesem Jahr in Europa 8 Millionen TV-Displays absetzen und dabei einen Marktanteil von 10 Prozent erreichen.

Europazentrale in Deutschland

Dabei spielt der deutsche Markt eine entscheidende Rolle bei den Expansionsplänen der Japaner. Entsprechend hat Toshiba jetzt seine Europazentrale der Unterhaltungselektronik von Worclaw, Polen, an den deutschen Stammsitz nach Neuss verlegt. Durch den Zusammenschluss der verschiedenen Produktionsbreiche unter einem Dach sollen Synergieeffekte genutzt werden, um die Positionierung und Kommunikation der Marke Toshiba zu forcieren. Gleichzeitig soll dem Konsumenten über alle Unternehmensbereiche gleich welcher Produktrichtung dasselbe Image vermittelt werden.

Mit seiner XV635-Serie stellt Toshiba die ersten in Europa erhältlichen LCD-TVs mit „Dolby-Volume“ vor. Ein Slot für SD-Karten, ein USB-Steckplatz sowie Empfänger für DVB-T, DVB-C und die jeweiligen Empfangsarten in HD (H.264) runden die Ausstattung ab.

Bestes Bild in jeder Preisklasse

Unter der Prämisse, seinen Kunden die beste Bildqualität in jeder Preisklasse zu bieten, hat Toshiba die Entwicklung seiner neuen Displayserien vorangetrieben. „Wir unterteilen unser neues Portfolio in die vier Bereiche Einstieg, Midrange, Premium und High End“, so Sascha Lange, Marketingleiter bei Toshiba. „So können unsere Handelspartner ihren Kunden in jedem Segment das passende Gerät mit einer kundengerechten Ausstattung mit dem für die jeweilige Preisklasse besten Bild verkaufen.“ Jede Serie bietet dem Verkäufer Besonderheiten, die ihm im Vekaufsgespräch weiterhelfen.

Als Einstieg in das Full-HD-Segment dient die AV-Serie ab 699,- Euro für das 32-Zoll-Gerät. Die XV-Serie im Midrange-Bereich wartet mit 100-Hz-Technologie und Dolby Volume auf, was für einen durchgängig konstanten Lautstärkepegel beim Umschalten zwischen Kanälen, bei Werbe-Unterbrechungen oder dem Wechsel auf externe Quellen sorgt. Das 37-Zoll-Modell kostet hier 899,- Euro.

Baukastenprinzip

Die ZV-Serie liegt im Premium-Segment und ist mit 200 Hz, AutoView zur automatischen Einstellung des optimalen Bildes bei sich ändernden Helligkeitsverhältnissen sowie einem SD-Card-Slot ausgestattet. Einstiegspreise für das 42-Zoll-Display liegen bei 1.299,- Euro. Für High-End-Ansprüche stellt die SV-Serie LED-Displays sowie DLNA-Fähigkeit für Home-Entertainment-Anwendungen bereit, wobei diese Reihe erst ab Sommer 2009 verfügbar ist.

Trotz der Gerätevielfalt ist dies für den Händler leicht zu überschauen. „Jede nächsthöhere Serie beinhaltet grundsätzlich alle Ausstattungsmerkmale der vorhergehenden Serie“, so Lange. „Dadurch ist es sehr leicht, sich bei der Kundenberatung und insbesondere der Hochberatung immer nur auf die neuen Funktionen zu konzentrieren.“

www.toshiba.de

Marketingleiter sascha Lange hatte auf der Premierenveranszaltung allen Grund zur Freude. Dank umfangreicher Entwicklungsarbeiten bieten die Displays ein ausgezeichnetes Bild und warten mit einem attraktiven Preis-Leistungs-Verhältnis auf. Eine gute Basis, um die gesteckten Ziele zu erreichen.

Die Full HD-Geräte der ZV635-Serie nutzen erstmals die 200Hz-Bildtechnik „ActiveVision M200HD“ und bieten dank „Audyssey Equalizer“ und „Dolby Volume“ ein neues Klangerlebnis. Das „Deep-Lagoon“-Design verleiht dem Gehäuse einen neuartigen, eleganten Look.

WLC: Herstellerunabhängige AV-Schulungen

Phönix Projekt 2010

Im kommenden Jahr werden die Verbraucher im Zuge der Digitalisierung des Fernsehens wieder mehr Geld in AV-Equipment investieren. Wer sich jetzt unabhängig und professionell weiterbildet, belegt 2010 die Pole-Position.

Mit dem WLC Phönix Projekt 2010 steuert die White Light Consultations der aktuellen Negativstimmung entgegen. Derzeit befindet sich das Fernsehen vor einer der größten Umwälzungen in dessen Geschichte. Mit der Digitalisierung der Übertragungswege sowie dem Start von HDTV im Regelbetrieb stehen Millionen Haushalte in Deutschland vor dem Neukauf von Displays und Receivern. Für den Handel eine große Chance, sich mit dem entsprechenden Know-how zu profilieren.

Genau hier setzt WLC mit seinen Fachhandels-Trainings an. „Unsere Schulungen sind darauf aufgebaut, den Teilnehmern das Thema „Videotechnik“ zu vermitteln“, so Inhaber Marcel Gonska.

Marcel Gonska: „Wer sich jetzt unabhängig und professionell weiterbildet, belegt 2010 die Pole-Position.”

„Bei uns lernen die Teilnehmer, worauf es bei einer guten und korrekten Bildreproduktion wirklich ankommt – unabhängig von Marke oder Typ eines bestimmten Produktes. In unseren JKP-Schulungen lernen die Teilnehmer von der Pike auf, wie HDTV sich entwickelt hat, welche HDTV-Formate es gibt und wie korrektes HDTV in maximaler Qualität auf den Bildschirmen erscheint. Sie lernen Monitore optimal einzustellen und wie ein ‚Alles-in-Allem-Abgleich‘ zwischen Display und Abspielgeräten erfolgt.“

Die Trainings sind mehrstufig aufgebaut. In der JKP-Level 1 Schulung wird dabei auf die Grundlagen der Videotechnik eingegangen, auf denen in JKP-Level 2 alle Workshops aufbauen. Während des WLC Phönix Projektes 2010 reduziert White Light Consultations die Kursbeträge bis zum 31.12.2009 um 25 Prozent.

www.wlc-online.net

Mit Hilfe des WLC Phönix Projektes 2010 bietet White Light Consultations dem Handel im Rahmen von JKP-Level 1 und Level 2 Schulungen die Möglichkeit, sich auf das HDTV-Geschäft optimal vorzubereiten. Bis zum 31.12.09 erhält jeder Teilnehmer einen Rabatt von 25 Prozent.

Loewe: 100-Hertz-Technologie, Internetradio und Mediaplayer

Der neue Loewe Connect

Die Loewe Connect 37 und 42 Media sind mit drei HDMI-Anschlüssen ausgestattet und werden mit der neuesten Generation des Network Mediaplayers ausgeliefert. In der DR+-Variante ist der neue Connect Media zudem mit einer integrierten Festplatte mit einer Speicherkapazität von 250 GByte erhältlich.

Ein knappes Jahr nach der Markteinführung der Fernsehgeräte-Familie Loewe Connect präsentieren die Kronacher jetzt die zweite Generation der Connect-Serie. Bis auf das preisgekrönte Design haben die Entwickler beim neuen Connect so gut wie alles verändert.

Mit Loewe Connect spricht Loewe moderne, technikaffine Käufer an, die sich durch den multimedialen Einsatz von mobilen Geräten und lokalen Netzwerken das Leben so angenehm wie möglich gestalten wollen. Der Loewe Connect hat deshalb eine leicht zugängliche USB-Schnittstelle zum Anschluss von USB-Speichersticks, Multi-Kartenlesern, externen Festplatten oder Digitalkameras. Ein integrierter PhotoViewer erlaubt die Präsentation von JPEG-Digitalfotos als Diaschau mit bis zu 1.920 x 1.080 Pixeln. Neben diversen Anschlüssen für Camcorder, DVD-Player und Spielekonsole ist das Gerät mit einem VGA-Anschluss für PCs ausgestattet. Darüber hinaus verfügen die Displays über bis zu drei HDMI-Eingänge und sind mit einem CI-Slot ausgestattet.

Der Loewe Connect ist nicht nur neuer technischer Mittelpunkt digitaler Inhalte, sondern auch exklusives Designmöbel. Individuelle Aufstelllösungen wie hier der neue Standfuß geben dem modernen Charakter den letzten Schliff.

Umfangreiche Ausstattung

Dank der 100-Hertz-Technologie konnte Loewe die Bildwiedergabe noch einmal verbessern. Durch den Einsatz eines neuen Chassis weist der innovative Connect außerdem geringere Stand-by-Verbrauchswerte auf und kann auch im Öko-Modus betrieben werden. Außerdem verfügen der Loewe Connect 37 und 42 Media nun über drei HDMI-Anschlüsse und sind damit noch multifunktionaler einsetzbar. Alle Connects ab 32 Zoll werden zudem mit der neuesten Generation des Network Mediaplayers ausgeliefert.

Multimedia-Zentrale

Auch für den Einsatz in Netzwerken sind die Loewe Connects gut gerüstet. Neben einem Ethernet-Port oder Power-Line-Adapter gehört jetzt auch ein WLAN-Modul zum Lieferumfang. Zur bequemen interaktiven Bedienung hat Loewe den „Network Mediaplayer“ integriert, der den Zugriff auf zentral gespeicherte Digitalfotos und Musik sowie auch auf Videoclips und das Internetradio eröffnet. Zusätzlich ist es mit dem neuen Mediaplayer jetzt einfach, via Internet zwischen unzähligen Radiosendern auszuwählen. Hierzu ist nicht einmal ein PC oder Laptop, sondern nur die Fernbedienung Assist nötig. Außerdem können noch individuelle Favoritenlisten im Netz angelegt werden, die automatisch am TV-Gerät erscheinen. Der neue Network Mediaplayer ist zukunftssicher, denn sobald eine neue Version verfügbar ist, kann diese über das Internet mit nur einem Tastendruck an der Fernbedienung downgeloadet und automatisch installiert werden. Den neuen Loewe Connect gibt es in drei Gehäusefarben und drei Gerätegrößen: mit 37 Zoll Bilddiagonale und mit 42 Zoll Diagonale fürs Kinofeeling im Wohnzimmer. Oder als kompakte Variante mit 32 Zoll für kleinere Wohnzimmer und Appartements. Die flachen Fernseher kommen in trendigem Weiß Hochglanz, elegantem Silber sowie zeitlos edlem Schwarz Hochglanz. www.loewe.de

Philips: Intensiv-Training im Mai und Juni

Cinema 21:9 im Handel

Der Cinema 21:9 ist der weltweit erste Fernseher im Kinoformat. Der neue LCD-TV besticht durch sein Full-HD-Display mit 56 Zoll (142 cm) Diagonale und erschafft damit ein echtes Kinoerlebnis zu Hause. Entsprechend lädt Philips im Mai und Juni seine Partner zu Intensiv-Trainings ein, um diese für die neuen Produkte fit zu machen.

In den Schulungen werden die Innovationen ausführlich präsentiert und in Intensiv-Workshops detailliert vorgestellt. Schwerpunkte der Trainings sind die neue Flat-TV-Range in Kombination mit Universalfernbedienungen, Audio-Anlagen zusammen mit MP3-Zubehör sowie Video-Produkte in Kombination mit diversen Kabeln.

„Wir stellen damit ganz bewusst unsere Produkte gemeinsam mit entsprechendem Zubehör vor, um unseren Händlern zu zeigen, mit welchem Zubehör sie jeweils ihren Abverkauf steigern können“, unterstreicht Holger Bergmann, Trade Marketing Manager von Philips, die Bedeutung der neuen Trainingsreihe. Die Schulungen werden an 15 Standorten in Deutschland über jeweils zwei Tage durchgeführt. Ziel ist es, rund 750 Teilnehmer aus dem Handel zu schulen.

Holger Bergmann: „Produkte und Zubehör gehören zusammen, was wir in unseren neuen Trainings bewusst herausstellen.“

Schnellstes Display

Die Workshops laufen vom 25. Mai bis zum 18. Juni 2009 und werden durch das bereits bekannte Trainer-Team in Ergänzung mit neuen Audio Video Multimedia (AVM)-Trainern durchgeführt. Mit dem Cinema 21:9 präsentiert Philips den weltweit schnellsten LCD-TV mit einer Reaktionszeit von nur einer Millisekunde. Dank der 2009er-Version der Perfect Pixel HD Engine mit ihrer Rechenleistung von 500 Millionen Pixeln pro Sekunde und 2.250 Billionen Farben zeigt der Cinema 21:9 Filme in einer bisher nicht gekannten Qualität. Das Full-HD-Display mit einer Auflösung von 2.560 x 1.080p bietet 8,3 Millionen Pixel für die Wiedergabe von hochauflösenden Quellen.

Home-Entertainment-Profi

Mit fünf HDMI-Schnittstellen (1.3a), DLNA-Zertifizierung sowie WiFi-Konnektivität ist das Gerät für den Einsatz in Home-Media-Umgebungen vorbereitet. Dank dreier Tuner (DVB-C mit CI+, DVB-T und analogem Kabeltuner) kann der Cinema 21:9 alle Bildsignale ohne weitere Zusatzgeräte verarbeiten. Ein besonderes Merkmal des Cinema 21:9 ist Net TV, das einen einfachen Zugang zum Internet ermöglicht. Net TV bietet eine Auswahl von speziell angepassten Websites europäischer sowie deutscher Partner.

Ab sofort gibt es eine maßgeschneiderte Fachhandels-Dekoration von Philips, mit der Cinema 21:9 in bester Kino-Atmosphäre präsentiert werden kann. Zusammen mit dem PoS-Display wird ein HD-Generator ausgeliefert, der bei der Vorführung des Cinema 21:9 für hervorragende Bildqualität sorgt.

Um das neue TV-Display auch adäquat präsentieren zu können, stellt Philips seinen Handelspartnern eine aufwendige Präsentationsfläche zur Verfügung. „Der Cinema 21:9 bietet mit seinem 56 Zoll-Full-HD LC-Display das ultimative Heimkinoerlebnis“, so Holger Bergmann. „Aus diesem Grund wollen wir den Flat-TV auch in einer Deko zeigen, die das Kinoerlebnis widerspiegelt. Wir haben also die typischen roten Vorhänge, die jeden von uns in Kinostimmung bringen, in die Deko integriert.“ Zusammen mit dem PoS-Display wird ein HD-Generator ausgeliefert, der bei der Vorführung des Cinema 21:9 für hervorragende Bildqualität sorgt.

www.philips.de

Schnepel: Individuelle Kundenberatung mit Flatscreenfitter-Touch

Wandhalterungen mit Flair

Immer flachere und designorientierte Flat-TVs erfordern intelligente und attraktive Lösungen, um moderne Unterhaltungselektronik in den Wohnraum zu integrieren. Die Wandhalterungen der Vogel’s 8000 Serie sind nicht nur funktionell und hochwertig gearbeitet, sondern bestechen durch ihr außergewöhnliches Design.

Drei unterschiedliche Produktlinien, Motion+, Motion und Superflat, sorgen für 100prozentige Kompatibilität zu allen Displays mit Aufnahmen nach VESA-Norm und versprechen bestes Heimkino-Erlebnis. Mit ihrem jeweiligen Drehbereich von 150 und 90 Grad verschaffen die Linien Motion+ und Motion dem Verbraucher ein Maximum an Flexibilität. Ob von der Couch, vom Sessel oder aus dem Esszimmer, die ideale Betrachtungsposition lässt sich jedem Blickwinkel individuell anpassen.

Motion+ kann zusätzlich sogar in einem 90-Grad-Winkel senkrecht zur Wand platziert werden. Das patentierte Vogel’s Screen Protection System verhindert dabei, dass das Gerät beim Drehen an die Wand stößt. Mit Superflat lässt sich der Bildschirm wie ein Bild flach an die Wand hängen. Dieses spart Platz und bietet zugleich einen eleganten Anblick. Die Halterung hat gerade mal 2 cm Abstand zur Wand, lässt aber noch genug Spielraum für Kabel und Ventilation. Alternativ zu den Wandhalterungen bietet die 8000 Serie in der Höhe variierbare Standfüße mit verbesserten Halterungen für Zubehörgeräte.

Die Vogel’s 8000 Serie besteht aus Aluminium und Kunststoff. Alle Gelenke sind für höchste Belastungen ausgelegt. Clever ist das integrierte System zur Durchführung aller Verbindungskabel. Diese laufen geschützt durch den Arm und erscheinen erst wieder am montierten Display. Quetschungen oder Aderbrüche sind ausgeschlossen.

Entgegen den Vorgängerserien hat man jetzt nicht mehr alle Optionen in jede Wandhalterung integriert, sondern bietet manche Dinge, wie zum Beispiel das Neigemodul, optional an. „Zahlen Sie nur, was Sie wirklich brauchen“ ist die neue Philosophie.

Durchverkauf hat oberste Priorität

Größten Wert legt Schnepel auf eine gute Handelsunterstützung, um den Durchverkauf der Wandhalterungen zu fördern. „Der Handel soll mit uns Geld verdienen, und dazu sind Innovationen, neue Konzepte, entscheidende Verbesserungen im Detail und eine permanente Arbeit an der eigenen Performance wichtig“, erklärt Martin Schnepel, Sprecher der Geschäftsführung. Um dieses Ziel 2009 zu erreichen, bietet Schnepel als Vogel’s Vertriebspartner in Deutschland seinen Partnern ein breites Spektrum an verkaufsunterstützenden Maßnahmen.

Mit ihrem jeweiligen Drehbereich von 150 und 90 Grad verschaffen die Linien Motion+ und Motion dem Verbraucher ein Maximum an Flexibilität. Ob von der Couch, vom Sessel oder aus dem Esszimmer, die ideale Betrachtungsposition lässt sich jedem Blickwinkel individuell anpassen.

„Als Lieferant werden wir Dienstleister für den Handel“, gibt Lars Schnepel, Geschäftsführer Vertrieb, die Richtung vor. „Um die Beratungskompetenz des Handels zu unterstützen und den Informationsbedarf des Verbrauchers bestmöglich zu bedienen, offerieren wir dem Handel ein dem Produkt angemessenes und modernes Marketing-Instrumentarium.“ Zur Hervorhebung der 8000 Serie am PoS stellt Schnepel individuelle Präsentationsdisplays für unterschiedliche Regalgrößen oder Standdisplays zur Verfügung. Die darauf abgebildete Produktmatrix verschafft dem Kunden einen Überblick über die verschiedenen Produktlinien und führt ihn in drei Schritten zur Wahl der richtigen Halterung.

Darüber hinaus lassen sich verschiedene Wandhalterungen und Zubehörteile an die Präsentationslösungen zur einfachen Funktionsvorführung montieren. So kann der Kunde sehen, worin die Vorzüge der Lösungen liegen.

www.schnepel.com

Entdecken Sie ihr ganzes Geheimnis

mit dem 24-mm-Ultra-Weitwinkelobjektiv.

MEHR WEITWINKEL FÜR MEHR TIEFGANG.

Fotografieren Sie wie ein Profi – mit der neuen WB550 Kamera von Samsung. Die weltweit erste Kamera mit 24-mm-Weitwinkelobjektiv und 10-fach optischem Zoom lässt Sie die Welt aus einem neuen Blickwinkel entdecken. Erfahren Sie mehr über die WB550 Kamera auf www.samsung.de

24mm Wide Lens **24-mm-Weitwinkelobjektiv:** Maximaler Gestaltungsspielraum dank erweitertem Blickwinkel.

10x Optical Zoom **10 x optischer Zoom:** Ermöglicht Nahaufnahmen selbst aus größerer Entfernung.

DUAL Dual Image Stabilization **Advanced Dual Image Stabilization:** Für schärfere Bilder auch in schwieriger Lichtsituation.

Smart Album Function **Smart Album-Funktion:** Schnelle und einfache Bildersuche durch automatische Anordnung nach Aufnahmezeitpunkt, Datum und Farbton.

SAMSUNG SMART CAMERAS.
INNOVATION MAKES IT EASY.

SAMSUNG

DISPLAY

Neue Samsung Large Format Displays

Samsung stellt mit dem SyncMaster 460UT-ID und dem netzwerkfähigen 460UTn-ID zwei neue LC-Displays vor, die speziell für die Installation von Videowänden entwickelt wurden. Mit einer Helligkeit von bis zu 700 cd/m^2, einem dynamischen Kontrastverhältnis von 40.000:1 und einer Bildauflösung von 1.366 x 768 Pixeln bringen die Displays auch aus größe-

rer Entfernung noch feinste Details zur Geltung. Neben den analogen Schnittstellen wie VGA, RGB, S-Video und Video bieten beide Modelle auch einen DVI-D- und einen HDMI-Anschluss. Das Multi Display Control-Tool (MDC) erlaubt die bequeme Administration mehrerer Monitore als Einzeldisplay vom PC aus. Über die integrierte RS-232C Schnittstelle und die im Lieferumfang enthaltene MDC-Software können die Monitore miteinander verbunden werden und lassen sich so einfach verwalten. Der SyncMaster 460UTn-ID verfügt darüber hinaus über einen integrierten PC, durch den das Display in Verbindung mit der Samsung Content Management Software „MagicInfo“ per Netzwerk angesteuert und mit Inhalten versorgt werden kann.

www.samsung.de

Eizo Bildschirme FograCert System-zertifiziert

Die Eizo Bildschirme CG210N, CG211 und CG221 entsprechen den strengen Softproof-Vorgaben für Blickwinkel und Homogenität. Zu diesem Ergebnis kam die Fogra Forschungsgesellschaft Druck e.V. im Rahmen der Monitor-Prüfung für das Fogra-Gütesiegel „FograCert Softproofing System“. Die Fogra prüft in einer Monitor-Vorprüfung die Winkelabhängigkeit von Farbe sowie die Homogenität und das Aufwärmverhalten. Die ersten Modelle von Eizo, CG210N, CG211 und CG221 haben die Vorprüfung bereits erfolgreich bestanden.

www.eizo.de

IC Intracom: Blickschutz-Filter

Die Manhattan Blickschutz-Filter schützen sensible Informationen auf dem Monitor von Desktops oder Notebooks vor schrägen Blicken. Eine speziell entwickelte Oberfläche schirmt das Blickfeld seitlich ab. Der Filter beschränkt die Einsichtnahme auf circa 45 Grad von der Mitte des Bildschirms aus und ist in drei Versionen für 12.1, 15.4 beziehungsweise 17 Zoll verfügbar. Durch den eingeschränkten Blickwinkel bleiben vertrauliche Inhalte nur für den Bearbeiter direkt vor dem Bildschirm

einsehbar. Zudem verringert der Filter ein Ermüden der Augen, weil Spiegelungen, störende Reflexe von Lampen oder Tageslicht vermieden werden, ohne die Bildqualität zu beeinträchtigen.

www.manhattan-products.com

AMOLED auf dem Vormarsch

Der Markt mit AMOLED Displays steigt rasant, momentan haben die OLED Displays einen Marktanteil von 2,3 Prozent, in 2015 wird dieser bei 37,5 Prozent liegen. Auch bei Digitalkameras und portablen Spielekonsolen hat AMOLED große Chancen. Ebenso werden künftig immer mehr Touchdisplays bei mobilen Geräten zum Einsatz kommen.

UE

Bluetooth-Kopfhörer von Sony

Die Sony Bluetooth-Kopfhörer DR-BT100CX und DR-BT101 blenden mit Hilfe der Echo- und Nebengeräuschunterdrückung störende Außengeräusche während der Freisprechfunktion fast komplett aus. Die Kopfhörer sind mit dem aktuellsten 2.1 Bluetooth-Standard ausgestattet. Sobald die Verbindung zu einem Mobiltelefon oder einem anderen Audiogerät hergestellt ist, wird die Musik kabellos auf die Kopfhörer übertragen.

Die neuen Kopfhörer-Modelle lassen sich per Tastendruck bedienen. So kann die Lautstärke leicht verändert und der laufende Song durch die Titelsprungfunktion gewechselt werden. Die Hauptfunktionen des beispielsweise via Bluetooth verbundenen Mobiltelefons lassen sich ebenfalls über die Kopfhörer steuern. Ein eingehender Anruf kann über die Freisprecheinrichtung am Kopfhörer angenommen werden.

www.sony.de

TechniSat HDTV 32 mit Energiesparnetzteil

Dank eines speziellen Energiesparnetzteils verbraucht der TechniSat LCD-Digitalfernseher HDTV 32 im

Standby-Betrieb weniger als 0,2 Watt. Trotz seiner umfangreichen Ausstattung ist das Gerät einfach zu bedienen. Der HDTV 32 verfügt serienmäßig über eine integrierte 250-GByte-Festplatte, mit der digitale und analoge Programme aufgezeichnet werden können. Des weiteren sind analoge Aufnahmen von externen Geräten über Scart möglich. Durch den Dual-HDTV-Multituner verfügt das Gerät über einen integrierten TWIN-Empfänger für alle digitalen Empfangswege, nämlich DVB-T, Digital-Kabel und Digital-Sat. Auch HDTV-Programme können ohne Zusatzgerät dank des integrierten Dual-HDTV-Multituners empfangen werden.

www.technisat.de

Blu-ray Home Theatre System von LG

Das 5.1-System Blu-ray Home Theatre HB954PB spielt unterschiedlichste Inhalte von Blu-ray-Discs, iPods, DVDs und CDs ab. Standard-DVD-Inhalte wandelt das System dank HDMI Upscaling in Full-HD 1.080p Auflösung um und bietet so eine wesentlich bessere Bildschärfe. Ausgestattet mit BD Live, ermöglicht das

Engine ist mit Dolby TrueHD, Dolby Digital Plus und DTS-HD Master Audio Essential kompatibel.

www.lge.de

HDMI 1.3 Switches von Gefen

Mit den HDMI 4x2 (EXT-HDMI1.3-442) und 2x2 (EXT-HDMI1.3-242) Switches können bis zu vier hochauflösende Bildquellen auf zwei hochauflösende Ausgabegeräte geschaltet werden. Die Switcher verarbeiten HDTV-Auflösungen bis zu 1.080p und Computerauflösungen bis

1.920 x 1.200 sowie HDMI-Mehrkanal Audio. Der 4x2 Switcher für HDMI 1.3 ist mit vier HDMI-Eingängen und zwei HDMI-Ausgängen ausgestattet; der 2x2 Switcher mit zwei HDMI-Eingängen und ebenfalls zwei HDMI-Ausgängen. Die vier (zwei) Eingänge ermöglichen die Verbindung einer entsprechenden Anzahl an hochauflösenden Bildquellen. Dabei lassen sich zwei HDMI-Signale parallel an HDTV-Monitore oder -Projektoren übertragen. Der HDCP-Kopierschutz wird unterstützt.

www.gefen.de

tecxus Quickflash Akkus

Die tecxus Quickflash Akkus wurden speziell für den Fotomarkt entwickelt und versorgen das Blitzgerät schneller als herkömmliche Zellen mit der benötigten Energie. Damit sind kürzere Blitzfolgezeiten als bisher möglich. Die Quickflash Akkus erweitern die Ready to use Serie von tecxus und sind wie Batterien sofort einsetzbar – ohne vormaliges Aufladen, aber mit den Vorteilen eines Akkus. Darüber hinaus haben die Akkus 365 Tage lang standby ihre volle Leistung.

www.tecxus.de

Philips baut Blu-ray Player-Segment aus

Die vier neuen Player BDP9100, BDP7300, BDP5000 und BDP3000 zeigen Filme hochauflösend mit 1.080p und genau wie im Kino mit 24 Bildern pro Sekunde (24 fps). Die Modelle BDP9100 und BDP7300 decodieren 7.1 Kanal Lossless Audio-Formate wie Dolby TrueHD sowie DTS-HD Master Audio. Die Blu-ray-Player sind DivX ultra-zertifiziert und kompatibel mit allen gängigen Formaten wie WMV, MP3, WMA und JPG. Bei den BDP5000, BDP7300 und BDP9100 ist die Wiedergabe über den Highspeed USB 2.0-Anschluss an der Frontseite des Players möglich. Eigene AVCHD-Aufnahmen können beim BDP9100 und 7300 in voller HD-Qualität wiedergegeben werden.

www.philips.de

quadral Chromium Style Lautsprecherfamilie

Für die hochwertige Klangwiedergabe von Musik- und Film-DVDs hat quadral die vierköpfige Lautsprecherfamilie Chromium Style entwickelt. Alle Lautsprecher wurden für das digitale Surroundverfahren optimiert. Zur hohen Qualität trägt der Titanium-

beschichtete 13 cm quadral-Tief-Mitteltöner bei. Ein schnelles Bändchen für den Hochtonbereich und optimierte Schaltungen gewährleisten eine tonale Ausgewogenheit bei bester Detailgenauigkeit.

www.quadral.de

Täglich frische News: www.pos-mail.de

SAT

Grundig-Receiver mit HDMI-Schnittstelle

Die Geräte DRS 500 CI und DRS 550 HDMI bestechen mit ihrer umfangreichen Ausstattung. Das Spitzenmodell DRS 550 HDMI wartet mit einer HDMI- und einer USB-Schnittstelle auf. Über die USB 2.0-Schnittstelle lässt sich eine externe Festplatte an den DRS 550 HDMI anschließen. Dadurch wird der Sat-Receiver zum Festplattenrecorder, mit dem sich die Vorzüge des zeitversetzten Fernsehens genießen lassen. Das integrierte Set-Up-Menü unterstützt die Konfiguration der externen Festplatte. Beide Modelle verfügen über zwei Common Interface-Schnittstellen (CI) zur Decodierung verschlüsselter Signale (z. B. Pay TV). Der Speicher fasst 4.000 Radio- und Fernsehpro-

gramme. Darüber hinaus können persönliche Programmbelegungen in sechs Favoritenlisten abgelegt werden. Die zehnstellige alphanumerische Anzeige informiert über das gewählte Programm. Als Anschlüsse stehen der Sat-Eingang mit Durchschleiffunktion, zwei Scart-Buchsen (eine mit FBAS, RGB, Y/C und YUV), der analoge Audioausgang (Cinch), ein optischer, digitaler Audioausgang sowie eine RS 232-Schnittstelle zur Verfügung. Der Sat-Receiver unterstützt DiSEqC 1.0 und 1.1 sowie Unicable-Mode. Beide Modelle unterstützen die Update-Möglichkeit der Betriebssoftware via Astra-Satellit.

www.gss.de

Sechs neue DVB-T-Programme ab Herbst 2009

Der Medienrat der Sächsischen Landesanstalt für privaten Rundfunk und neue Medien (SLM) hat der RTL-Gruppe genehmigt, sechs ihrer Programme via digitalem Antennenfernsehen (DVB-T) im Raum Leipzig/Halle zu verbreiten. Die Genehmigung betrifft die Programme RTL, RTL II, Super RTL, VOX, RTL Crime und Passion und gilt für zunächst zehn Jahre. Die Mediengruppe RTL Deutschland strebt den Sendestart ab Herbst 2009 an. Die Verbreitung der geplanten sechs neuen Programme erfolgt voraussichtlich auf Kanal 28 im Komprimierungsstandard MPEG-4. Für den Empfang ist ein entsprechend geeigneter DVB-T-Receiver mit integriertem Conax-Entschlüsselungssystem sowie eine Smartcard notwendig. Prof. Kurt-Ulrich Mayer, Präsident des Medienrates der SLM: „Die Landesmedienanstalten sehen im Einsatz von MPEG-4 eine Weiterentwicklung von DVB-T. Gleichzeitig werden wir uns dafür einsetzen, dass sich ein offener Receivermarkt entwickeln kann." www.slm-online.de

Telestar Diginova HD-Receiver

Der Telestar Diginova HD ist das neue Flaggschiff unter den DVB-S-Empfängern der Telestar-Digital GmbH. Der in Deutschland entwickelte und produzierte HDTV-Receiver setzt nicht nur neue Maßstäbe in digitaler Bild- und Tonqualität – der Diginova HD lässt sich dank vielfältigster Anschlussmöglichkeiten auch zu einer Multimedia-Station aufrüsten. Über den USB-Anschluss lassen sich externe Festplatten mit dem Receiver verbinden, was ermöglicht, den Diginova HD als Festplattenrecorder zu verwenden. Auch lassen sich auf externen USB-Speichermedien gelagerte MP3- und Bilddateien über den Diginova HD abspielen. Der Ethernetanschluss ermöglicht die Einbindung des Receivers in ein Heimnetzwerk sowie die Fernsteuerung via Internet. Der Telestar Diginova HD wird in silberner und schwarzer Ausführung vertrieben. Der HDTV-Receiver ist bereits im Fachhandel zu erwerben, die unverbindliche Preisempfehlung des Herstellers liegt bei 269,95 Euro.

www.telestar.de

HDTV-Receiver OR 280 von Wisi

Mit dem digitalen HDTV-Receiver OR 280 mit CI-Schnittstelle erweitert Wisi jetzt seine Produktpalette um einen gut ausgestatteten Satellitenreceiver der Einstiegsklasse für das hochauflösende Fernsehen. Der OR 280 integriert alle wichtigen technischen Features für ein realitätsnahes TV-Erlebnis. So sorgt eine HDMI-Schnittstelle für die verlustfreie Digitalübertragung der Audio- und Videodaten. Für den Empfang verschlüsselter TV-Programme verfügt der OR 280 über eine CI-Schnittstelle zur Aufnahme von Conditional Access Modulen. Der DVB-S2-fähige HDTV-Receiver verarbeitet sowohl MPEG-2- als auch MPEG-4-codierte Signale und eignet sich damit ideal für den Empfang von SD- und HDTV-Signalen. Mit 4.000 Programmspeicherplätzen, vier vorprogrammierten Satellitenpositionen (19,2° Ost, 28,2/28,5° Ost, 13° Ost und 42° Ost) und einer vierstelligen Programmplatzanzeige bietet der OR 280 beste Voraussetzungen zum Empfang der digitalen Programmvielfalt via Satellit. Ein leistungsfähiger, interner Up-Scaler konvertiert die Bildsignale in 576i, 576p, 720p oder 1.080i. Der OR 280 unterstützt die DiSEqC-Standards 1.0 und 1.2

und bietet neben der HDMI-Schnittstelle zwei Scart-Anschlüsse (FBAS, RGB, YUV, Videorecorder). Für die optimale Soundübertragung sorgt der digitale Audioausgang S/P-DIF (optisch, koaxial). www.wisi.de

Antennen-Messgerät Sparos 609 von Spaun

Mit dem kompakten und leichten Sparos 609 bietet Spaun electronic ein anwenderfreundliches, einfach zu bedienendes, vielseitig ausgestattetes Antennenmessgerät an. Das Sparos 609 ist zeitgemäß für die Messung von DVB-T/H, DVB-C, DVB-S und DVB-S2 (HDTV) sowie alle analogen Signale universell geeignet und verfügt über eine schnelle Spektrum-Anzeige. Eine optional verfügbare WiFi-/WLAN-Erweiterung ermöglicht das Messen von Funk-Netzwerken.

Das robuste Gehäuse mit Folientastatur in Kombination mit einer tropfwasserabweisenden Hülle/Tasche sind weitere, für den Außendienst-Einsatz wichtige Ausstattungsdetails. Alle Messdaten lassen sich in einem internen Speicher protokollieren und mit einer mitgelieferten Software für Dokumentationszwecke auf einen PC übertragen. Eine Export-Funktion in das Excel-Dateiformat erleichert die Weiterbearbeitung und Auswertung der Messdaten. Eine weitere Software zur Einstellung und Vorprogrammierung des Sparos 609 gehört ebenfalls zum Lieferumfang. www.spaun.de

Erfolgreiche TechniSat-Hausmesse in Staßfurt

TechniSat veranstaltete vom 25. bis 26. April eine Hausmesse für seine Fachhandelspartner am Produktionsstandort Staßfurt. Die Fachbesucher konnten sich in einer umfangreichen Produktausstellung hautnah von der Produktvielfalt sowie über die Produktneuheiten informieren. Neben Set-Top-Boxen für die Übertragungswege Satellit, Kabel und DVB-T, stellte das Unternehmen Produkte und Neuheiten aus den Bereichen Sat-Installation, Einkabellösung, professionelle Messtechnik und LCD-TV vor. Dabei standen vor allem Weiterentwicklungen von bewährten Receiver-Modellen wie zum Beispiel der neue DigiCorder HD S2 Plus oder der neue DIGIT HD8-S sowie das Thema „TechniSat Digitalisierungskampagne (Hallo Digital-TV)" im Fokus. TechniSat betreibt in 2009 zusammen mit dem Fachhandel Aufklärungsarbeit in Sachen Digitalisierung, um die Umstellung auf digitale Empfangsgeräte beim Endkunden voranzutreiben. www.technisat.de

Astra startet Digitalisierungskampagne

Mit dem Slogan „Analoger Empfang ist eine Sackgasse! Digitaler Sat-Empfang ist freie Fahrt in die Zukunft!" hat Astra seine bundesweite Digitalisierungskampagne gestartet. Auf Plakatflächen und in Rundfunkspots werden die Endverbraucher über die digitale Zukunft des Fernsehens informiert. Ziel der Kampagne ist es, die Digitalisierung des deutschen TV-Marktes weiter voranzutreiben und vor allem diejenigen Zuschauer, die ihr Fernsehsignal noch analog empfangen, mit den Vorzügen digitalen Fernsehens via Satellit vertraut zu machen: mehr, besser, preiswerter. Im infrastrukturellen Vergleich liegt der Satellitenempfang in Deutschland mit einem Digitalisierungsgrad von rund 70 Prozent an der Spitze. Elf Millionen der insgesamt 16,2 Millionen deutschen Satelliten-Haushalte sind digitalisiert, knapp fünf Millionen empfangen ihr TV-Signal aber noch analog. www.astra.de

Partnerschaft für den Start von Mobil-TV via DVB-SH in Europa

DiBcom und Solaris Mobile haben eine Partnerschaft für die Entwicklung der satellitengestützten Dienste von Solaris Mobile geschlossen. Solaris Mobile will europaweit mobiles Fernsehen sowie In-car, Entertainment-, Informations- und Kommunikationsdienste anbieten. DiBcom liefert Receiver-Lösungen für Übertragungen im DVB-SH-Standard. Damit lassen sich auf mobilen Endgeräten von Satelliten oder terrestrischen Verstärkern übertragene Multimediainhalte empfangen.

Mit einem hochmodernen Satelliten im Orbit befindet sich Solaris Mobile in der einzigartigen Lage, umgehend mobile Dienste anbieten zu können, die mobile hybride Netzwerke der nächsten Generation verwenden und so die Bereitstellung innovativer Dienste für Verbraucher in ganz Europa ermöglichen. Der Eutelsat Satellit W2A hat somit Europas erste S-Band-Nutzlast an Bord. Durch den Einsatz des hybriden DVB-SH-Standards für Satellit und Terrestrik wird Solaris Mobile mobiles Fernsehen in ganz Europa bereitstellen.

DiBcom stellt DVB-SH-Receiver her. Diese Multiband- und Multimodus-Lösung mit Dual-RF-Tuner unterstützt die Standards DVB-SH, DVB-H und DVB-T in S-Band und UHF-Frequenzen, die sich besonders für die Entwicklung des europäischen digitalen Fernsehens und die Fortsetzung der Strategie der Europäischen Kommission eignen. Das Abkommen zwischen Solaris Mobile und DiBcom wird, dank der Verbreitung dieser Technologie auf dem Markt zu minimalen Kosten, zu einer erfolgreichen Weiterentwicklung auf den europäischen Märkten für mobiles Fernsehen beitragen. Live-Versuche von DVB-SH laufen derzeit in Frankreich, Spanien und Italien. www.dibcom.com

TechniSat: Mit neuen Produkten auf der Anga Cable

Zukunftssicherheit im Fokus

Bei den neuen TechniSat-Produkten stehen vor allem Weiterentwicklungen bewährter Receiver-Modelle sowie das Thema „Energiesparer“ im Fokus. Darüber hinaus bringt das Unternehmen die TV-Displays HDTV 32 in einer neuen Design-Edition in Holzoptik „andalusische Wenge“ und „Toskana Teak“.

Benutzerfreundlichkeit, verbunden mit praxisrelevanten Funktionen, und Komplett-Ausstattung sind die Merkmale der TechniSat-Produkte. Auf der diesjährigen Anga Cable zeigt das Unternehmen neben Neuheiten aus den Bereichen Sat-Installation und Einkabellösung auch neue Set-Top-Boxen für Digital-Sat sowie HDTV-Displays.

Im Receiver-Bereich kommt mit dem DigiCorder HD S2 Plus der Nachfolger des DigiCorder HD S2 auf den Markt. Der neue HDTV-Festplattenreceiver ist mit einem HDTV-TWIN-Tuner zum Empfang zweier Sat-Signale im neuen hochauflösenden Fernsehen HDTV ausgestattet. Alternativ zum Netzwerkanschluss via Kabel lässt sich der DigiCorder HD S2 Plus nun auch mittels USB-WLAN-Adapters in ein Netzwerk einbinden.

Udo Knauf: „Mit unseren LCD-Digitalfernsehern bieten wir unseren Kunden eine vollständige Medienzentrale.“

Neu beim Sat-Receiver Digit MF8-S sind der Kartenleser und der SIM-Kartenleser für das integrierte Conax Entschlüsselungssystem. Des weiteren stehen drei verschiedene Favoritenlisten, eine Genre-Liste sowie die Auswahl des Lieblingsprogramms über eine spezielle Regionaltaste auf der Fernbedienung zur Verfügung.

„TechniSat bedient den Handel mit hochwertigen Produkten, die mit einem durchdachten Bedienkonzept aufwarten“, so Udo Knauf, Vertriebsleiter TechniSat Digital GmbH. „Dabei bieten wir bei allen Produkten dem Verbraucher eine Gesamtlösung, bestehend aus zukunftssicherer Hardware mit sinnvollen Ausstattungsmerkmalen sowie einer Vielzahl von Mehrwertdiensten. Besonders bei erklärungsintensiven Produkten wie PVRs und hochwertigen LCDs trägt dieses Konzept zu einem erfolgreichen Abverkauf bei.“

TechniSat stellt am Produktionsstandort Staßfurt bei Magdeburg hochwertige LCD-Digitalfernseher her, die im eigenen Forschungs- und Entwicklungszentrum in Dresden entwickelt werden. Die HDTV-LCD-Digitalfernseher (in 32, 40 und 46 Zoll erhältlich) verfügen über einen integrierten Dual-HDTV-Multituner zum Empfang digitaler Programme via Satellit (DVB-S), Kabelfernsehen (DVB-C) und Antenne (DVB-T) inklusive HDTV. In den meisten Displays ist eine Festplatte zum Aufzeichnen von Programmen integriert. Der Stromverbrauch der Geräte liegt im Standby-Betrieb deutlich unter einem Watt.

Dank eines neuen Software-Updates lassen sich nun auch alle HDTV-LCD-Digitalfernseher (ausgenommen HDTV 32 E), alternativ zum Netzwerkanschluss via Kabel, mittels eines USB-WLAN-Adapters über Funk ins heimische Netzwerk einbinden. Hierüber lassen sich Aufnahmen von der integrierten Festplatte zum PC exportieren.

Verkaufsargument Auto-Update

Die Netzwerkfunktionalitäten wurden mit dem neuen Update erheblich ausgebaut. So greifen die HDTV LCD-Digitalfernseher von TechniSat nun auch auf Netzwerk-Laufwerke und -Ordner zu. Auf dem Computer gespeicherte Filme (MPEG-2-Format), Musik (MP3-Format) und Bilder (JPG-Format) können über das Netzwerk mit dem Display wiedergegeben werden.

„Mit dem automatischen Software-Update per Satellit, Kabel oder DVB-T sind unsere Displays immer auf dem neuesten Stand“, betont Knauf. „Das bedeutet für den Kunden Zukunftssicherheit und Mehrwert. Gleichzeitig ist dies für den Fachhandel ein zusätzliches Verkaufsargument.“

www.technisat.de

Wisi: Alte Kabelnetze in Häusern für Sat-Betrieb nutzen

Unicable-Systemlösung

Immer mehr Verbraucher interessieren sich für den Fernsehempfang via Satellit. Das Problem: Die vorhandenen Kabelnetze sind für den Sat-Empfang nicht geeignet. Pano Joakimidis, Leiter Marketing/Vertrieb bei Wisi, erklärt, wie sich dieses Potential mit der Unicable-Lösung nutzen lässt.

PoS-MAIL: Welche Alleinstellungsmerkmale weist die Wisi-Lösung gegenüber dem Wettbewerb auf?

Pano Joakimidis: Unsere Unicable-Lösungen sind echte Energiesparer. Die Produkte verfügen über eine Stand-by-Funktion und erfüllen bereits die neuen EU-Normen für effizientes Stromsparen. Die kaskadierfähigen Multischalter der Unicable-Reihe sind entsprechend ohne Netzteil erhältlich.

Standards setzen wir bei den Einsatzmöglichkeiten unserer Unicable-Produkte: Ein spezielles Verfahren zur Frequenzvergabe ermöglicht bei unseren Komponenten für 2 x 4 Teilnehmer maximale Flexibilität bei der Länge der angeschlossenen Kabel. Richtungsweisend sind wir auch bei technischen Eckdaten: So liegen die Ausgangspegel unserer Unicable-Komponenten konstant bei 90 dB bei einem Eingangspegel von 60–90 dB.

Pano Joakimidis: „Wisi-Anlagen sind voll HDTV-tauglich und ermöglichen die Einspeisung auch künftiger Programme.“

Wer auf unsere Unicable-Lösungen setzt, nutzt zukunftssichere Systeme. Wisi-Anlagen sind voll HDTV-tauglich und ermöglichen die Einspeisung von Programmen, die in Zukunft über noch nicht belegte Transponder verbreitet werden.

PoS-MAIL: Welche neuen Kundenpotentiale kann sich der Händler erschließen?

Pano Joakimidis: Das Unicable-System eignet sich für alle Modernisierer, Bauherren oder Wohnungssanierer, die kostengünstig und ohne großen Installationsaufwand – sprich Verlegung neuer Leitungen – eine Digitalisierung des Programmangebots in einer Gebäudeanlage umsetzen wollen.

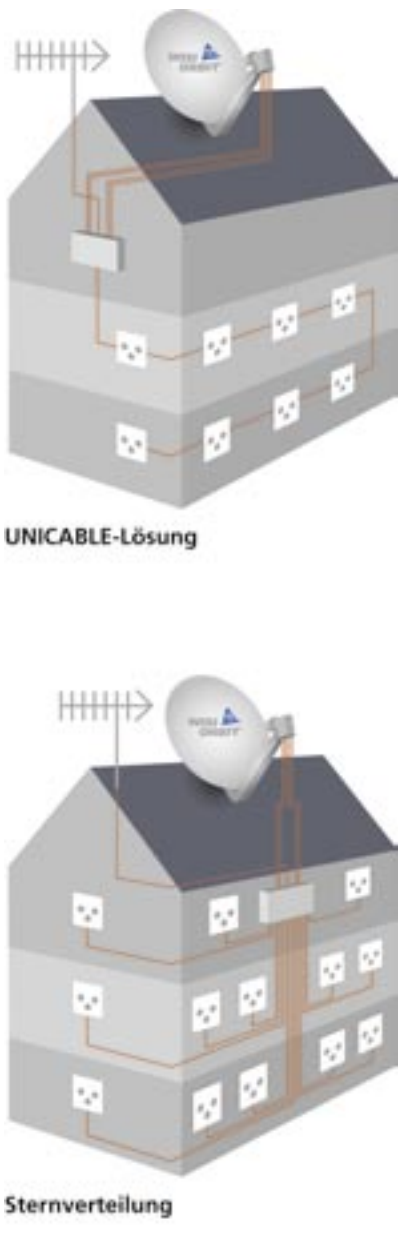
Im Gegensatz zur Sat ZF-Verteilung können Unicable-Verteilsysteme bestehende Baumstrukturen der TV-Verkabelung nutzen, um bis zu acht Teilnehmer an einem Strang mit Digital-TV zu versorgen. Modernisierer sparen sich damit eine aufwendige Neuverkabelung der Gebäude, die eventuell auch aus Denkmalschutzgründen häufig ohnehin nicht zur Debatte steht.

Insofern verfügen Fachhändler gerade mit Blick auf die anstehende Digitalisierung über ein enormes Vermarktungspotential. Die Digitalisierung der Haushalte bis zur Analogabschaltung ist für Industrie und Fachhandel eine enorme Herausforderung.

PoS-MAIL: Wie unterstützt Wisi den Handel bei der Vermarktung des Systems?

Pano Joakimidis: Wir legen nicht nur beim Vertrieb unserer Unicable-Produkte sehr großen Wert auf die bestmögliche Unterstützung des Handels. Nur gut informierte, sachkundige Fachhändler führen zu zufriedenen Kunden. Eine zentrale Rolle spielen dabei Fachlehrgänge, die wir in unserem Wisi-Schulungszentrum in Niefern durchführen. Themen sind neben Hausverteiltechnik oder Kanalaufbereitung auch digitale Verbreitungswege und Messtechnik.

Darüber hinaus unterstützen wir den Handel mit umfangreichen Infomaterialien über die Einsatzmöglichkeiten und technischen Spezifikationen unserer Unicable-Komponenten. Ein besonderes Kennzeichen von Wisi sind der persönliche Kontakt und die Erreichbarkeit: Jeder Fachhändler hat einen direkten Draht zu seinem Ansprechpartner für Fragen rund um unsere Produkte. Unsere Handelspartner schätzen dies und nutzen den direkten Kontakt zu Wisi intensiv. www.wisi.de



Im Gegensatz zur Sat ZF-Verteilung können Unicable-Verteilsysteme bestehende Baumstrukturen der TV-Verkabelung nutzen, um bis zu acht Teilnehmer an einem Strang mit Digital-TV zu versorgen.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Anzeige

TV SPIELFILM präsentiert den

Plus X Award®

Europas größter Technologie-Contest

Merken Sie sich diese Siegel. Sie werden Ihnen Orientierung bei der Sortimentsgestaltung geben. Eine namhafte Jury aus unabhängigen Fachjournalisten und urteilssicheren Technologie-Experten hat entschieden: Die Produkte auf den folgenden Seiten gehören zur Qualitätselite des Warenmarktes. Dafür wurden sie mit dem Plus X Award® ausgezeichnet.

Informationen zum Plus X Award®: www.plusxaward.de

Die offiziellen Partner des Plus X Award®:

Der Name Plus X Award® und das Logo sind eingetragene Markenzeichen der jeweiligen Rechte Inhaber

Produktgruppe UNTERHALTUNGSELEKTRONIK VIDEO

Panasonic TX-P54Z1E

JVC LT-47DV1BU

Panasonic TX-P50V10E

Metz Sirius 42 FHDTV 100 R

Grundig Vision 9

Panasonic TX-P42GW10

JVC LT-42ED22

Metz Talio 37 HDTV CTS2

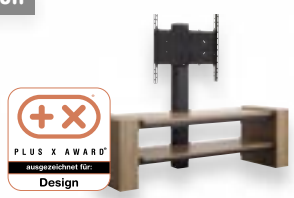
Panasonic TX-L37V10E

Panasonic TX-L32GW10W

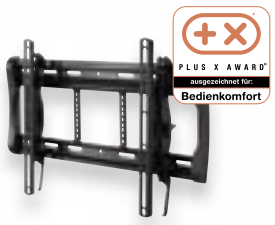
Metz Axio 32 CT

Epson Epson EH-TW5000

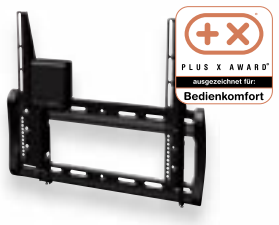
TV-Halterungen



Perfect Elements X-Linie



VisionMount LT25

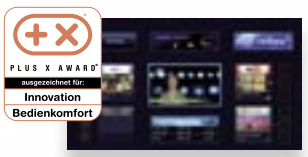


VisionMount LMT15

Technologien

Panasonic NeoPDP

Smart electronic RAPS-Technologie



Panasonic VIERA Cast

Panasonic Wireless HD

Produktgruppe UNTERHALTUNGSELEKTRONIK AUDIO

Denon AVP-A1HDA-E2

Denon POA-A1HD_E2

Magnat Quantum 1009

DALI LEKTOR 2

Denon PMA-2000AE

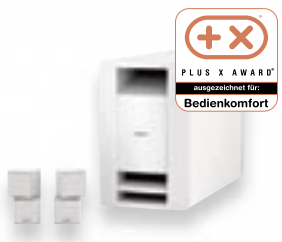
Audionet MAX

ELAC MicroSUB 2010 BT

Magnat MA 800

Audionet AMP

Denon AH-D7000



Bose LIFESTYLE HPSS

Audionet AMP 1 V2

Soulution 740

Magnat MCD 850

Denon D-CX1

Denon D-M37

Bose Lifestyle V10

Bose 3-2-1 GSXL 3

B&W Zeppelin

Bose SoundDock 2

Telefunken iconcerto

sonoro eklipse

Sonos Bundle 150 (BU 150)

Denon DP-200USB

Denon DVD-3800BD

Denon DVD-A1UD-E2

Panasonic DMP-BD80EG-K

Panasonic DMP-BD60EG

Magnat VC 1

Smart electronic MX 92

Panasonic DMR-EH595EG

WBT nextgen™

HMS Concertato

Produktgruppe FOTOTECHNOLOGIE

Samsung VP-HMX20C

Panasonic HDC-SD300EGK

JVC GZ-HM200

Panasonic SDR-SW21EG

Panasonic DMC-GH1

Sigma DP2

Panasonic DMC-TZ7EG

Ricoh RICOH CX1

Samsung WB500

Panasonic DMC-FX550EG

Casio EX-FC100

Hyundai L 1230 T

Panasonic DMC-FX40EG

Casio EX-FS 10

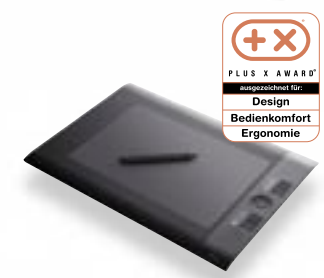
Panasonic DMC-FT1EG

Minox Digital Spy Camera (DSC)

Medion X961x

Packard Bell Maestro 242

Wacom Cintiq 12WX



Wacom Intuos4

Packard Bell iPower X9501GE

Packard Bell iPower GX-M-002GE

Wacom Bamboo

Telefunken Soundyou Cinema

Packard Bell RS 65-U100GE

Packard Bell TN 65-T-110GE

Cherry LIFE NANO Wireless Laser Mouse

Novatel MiFi 2352

DiSa MyDiSa

DiSa (Warensicherung)

Epson Stylus Office BX600FW

Varta LCD Charger

Ansmann Digicharger Vario Pro

Panasonic Evoia

Tamron 18-270mm Di II VC

Sigma 18-250mm DC OS HSM

Metz Mecablitz 15 MS-1 digital

Panasonic RP-SDV32GE1K

Produktgruppe IT / GAMING-HARDWARE

Telefunken Soundyou alu

Telefunken Soundyou mobile

Bazoo Avalon

Produktgruppe CAR MEDIA

NAVIGON Navigon 7310

Medion P4630/5

Medion GoPal P4444

Becker Traffic Assists Z 205

NAVIGON Navigon 4350 max

NAVIGON Navigon 2310

Becker Traffic Assist Z100 Crocodile

JVC KD-AVX77

MagicMaps MagicMaps Scout

Audi Bang & Olufson Surround-Sound

Opel „Opel Eye“ (Fahrspurassistent)

Produktgruppe ELEKTROGROßGERÄTE

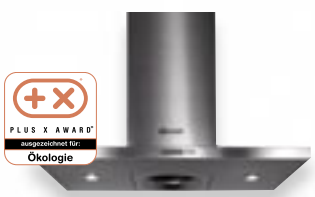
Bauknecht BLTM 9100

KitchenAid KOMS 6610

Gorenje BO 8750 AX

Blomberg BEO 9576 X

BEKO OIM 25502 X



Bauknecht DST 5490 PT

KitchenAid KDIX 8810

Bauknecht GSF 190 IN

Blomberg GLN 9220 E

BEKO DSF 1530

KitchenAid KRAB 6010

Liebherr WKEes 553

Liebherr WKes 653

Liebherr ZKes 453

Haier AFD631CX

Blomberg Mirror Refrigerator MDND 1880

Panasonic NR-B30FX1-XE

Bauknecht KGIE 3205/A++

Bauknecht KRIF 2205/A++

Haier AFL634CB

Haier AFD633IX

Produktgruppe TELEKOMMUNIKATION

HTC Touch Diamond 2

General Mobile DST L1

Blackberry Storm 9500

HTC Magic

EMPORIA emporiaLIFEplus

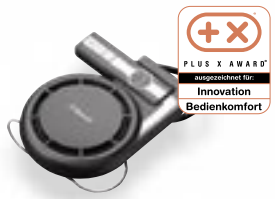
General Mobile DST 700

Medion MD 83050

Panasonic KX-TG8421 und KX-TG6421

Medion MD 84050

Jabra BT 530



B-Speech Duo

Bazoo Nano

B-Speech Linga

AGFEO STROMphonie

Produktgruppe ELEKTROGROßGERÄTE

Bauknecht WA Pure XXL 34 FLD

BEKO WMD 78142 SD

Blomberg WNF 8428 A

Panasonic NA-16VX1

Henkel Terra Activ Color und Terra Activ Universal

Produktgruppe ELEKTROKLEINGERÄTE

De'Longhi VVX 2100 & ADS 3600

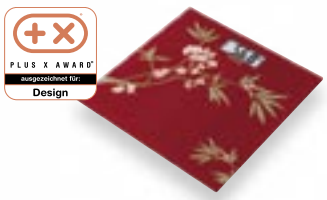
De'Longhi DNC 65

De'Longhi TCH 6590 ER

Beurer PM52

Robert Thomas GENIUS S2 AQUAFILTER

Dyson DC25 allergy



Beurer GS27+ Chinese Spring

Remington Short Cut Clipper 100

Remington Shine Therapy D4444

Beurer GL 40

EIO E-CO2 Pro Nature

Unold Multi Raclette 4in1

Kenwood KM 040 & KM 030

Medion MD 12500

Unold Backmeister Multi

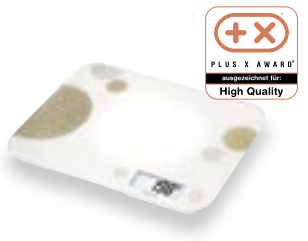
Kenwood FS 620

Tecxus rebel light

Kenwood SB 055 & SB 056

Kenwood BM 450

De'Longhi F 28311



Beurer KS 48 Cream

Kaffeezubereitung

Melitta Caffeo Lounge

De'Longhi ESAM 6700

Melitta Caffeo Bistro

De'Longhi ESAM 5600

WMF WMF 800

WIK CremAroma

De'Longhi ESAM 5400

alfi alfino

Gaggia Platinum Swing UP

De'Longhi ESAM 04.110.S

Nespresso Citiz&Co, Nespresso Citiz und Nespresso Citiz&Milk

Saeco Xsmall

Kenwood kMix CM 020/021/024

Petra-electric KM45 KaffeePadAutomat

TK

T-Mobile stattet Geräte mit Navigationssoftware von Navigon aus

Mit Beginn der zweiten Jahreshälfte wird eine Vielzahl der von T-Mobile angebotenen, GPS-fähigen Smartphones mit der Navigationssoftware MobileNavigator 7 von Navigon ausgestattet. Dadurch verwandeln sich die Smartphones mit integriertem GPS-Empfänger in handliche Navigationssysteme. Diese werden exklusiv in den T-Mobile Vertriebskanälen erhältlich sein. „Wir wollen unseren Kunden das Erlebnis exzellenter und komfortabler mobiler Navigation bieten“, sagte Philipp Humm, Bereichsvorstand Vertrieb Deutschland der Deutschen Telekom. „Darum haben wir besonderen Wert darauf gelegt, einen kompetenten Partner zu finden, der eine zuverlässige, erprobte und professionelle Navigationssoftware für alle mobilen Plattformen bereitstellen kann.“ Egon Minar, Vorstandsvorsitzender der Navigon AG, betonte, dass „die in dieser Form einmalige strategische Partnerschaft ein Meilenstein für den Markt ist und dem Thema Handynavigation mächtig Auftrieb verleihen wird“.

www.t-mobile.de

coM.sat Gateways sind ab sofort über Herweck erhältlich

Herweck bietet ab sofort als einziger deutscher Distributor GSM-Gateways und -lösungen des Herstellers coM.sat GmbH Kommunikationssysteme an. Mit den GSM Gateways von coM.sat können Leistungsmerkmale großer TK-Systeme an kleinen TK-Anlagen realisiert werden, da Handys als Nebenstelle in die TK-Anlage eingebunden werden können. Durch diese Lösung kann der Fachhändler neue Umsatzquellen im Bereich der Hardware und bei der Dienstevermarktung erschließen. Außerdem sind die Gateways durch die deutsche Bedienoberfläche sehr leicht zu konfigurieren und in Betrieb zu nehmen“, so Alexander Weber, Produktmanager bei Herweck. www.herweck.de

Michael Orth leitet den Vertrieb Fachhandel Deutschland bei Gigaset

Dr. Michael Orth hat die Vertriebsleitung Fachhandel Deutschland bei der Gigaset Communications GmbH übernommen. Der diplomierte Kaufmann löste Klaus Stadler ab, der sich neuen Aufgaben bei der Siemens AG widmet. Orth war zuvor in verschie-

denen Vertriebsfunktionen bei der Siemens AG im Bereich Private Kommunikationssysteme-Netze (heute Siemens Enterprise Networks) sowie im Bereich Kommunikationsendgeräte tätig. Zuletzt verantwortete er bei Gigaset Communications das Geschäft mit der Deutschen Telekom und den Auslandstöchtern der DTAG im Festnetzbereich. www.gigaset.de

T-Mobile startet Xtra Card Online Aktion speziell für Schüler

Extra-Plus für Xtra Card: Speziell für Schüler hält T-Mobile derzeit ein besonderes Angebot bereit: Wer über www.t-mobile.de/young den Tarif Xtra Card bestellt, erhält noch ein prall gefülltes SMS-Paket obendrauf. Für die Dauer von drei Monaten ab Kauf erhalten die Käufer bis zu 3.000 kostenlose SMS ins T-Mobile Netz. Das Angebot ist ab sofort bis zum 31. Juli nur online buchbar und nur solange der Vorrat reicht.

www.t-mobile.de

Versatel verbessert mit neuem Zusatzmodul die Servicequalität

Versatel hat ein neues Produktmodul eingeführt: Mit Service Plus können ab sofort auch Privatkunden von einer Servicequalität profitieren, die bislang nur Geschäftskunden geboten werden konnte. Mit Service Plus bietet Versatel seinen Kunden jederzeit kostenfrei einen Ansprechpartner in der Kundenhotline, eine garantierte Entstörfrist von 24 Stunden sowie eine Bearbeitung von Beschwerden innerhalb von maximal zwei Werktagen. Zusätzlich beinhaltet das Modul auch McAfee Internet Security. Sollte Versatel bei Kunden mit Service Plus sein Leistungsversprechen nicht einhalten können, bekommt der Kunde die komplette Grundgebühr des genutzten Produktpaketes sowie die Kosten für das Servicemodul für den jeweiligen Monat zurückerstattet. Service Plus kann zu allen aktuellen Privatkundenprodukten optional hinzugebucht werden. Die monatliche Gebühr für dieses Modul beträgt sechs Euro bei einer 24monatigen Laufzeit. „Mit dem neuen Modul rundet Versatel sein Produktangebot im Privatkundenbereich ab. Künftig können wir auch jenen Kunden ein passgenaues Angebot unterbreiten, die auf einen besonders hohen Service und die absolute Verfügbarkeit ihres privaten Telefon- und Internetanschlusses Wert legen“, erklärte Greg Kiss, Bereichsleiter CRM bei der Versatel AG. Bereits Anfang April hatte das Unternehmen mit der Eröffnung von insgesamt 40 Versatel Service Centern einen weiteren Schritt zur Optimierung des Kundenservices gemacht. Im Rahmen des verstärkten Servicefokus im Privatkundengeschäft wurden außerdem die Produktdarstellung, die Benutzerführung sowie der Bestellprozess auf der Versatel-Homepage transparenter und einfacher gestaltet. www.versatel.de

Drei neue Zielgruppen-Flyer von ENO telecom

ENO telecom baut die Aktivitäten für einzelne Zielgruppen weiterhin systematisch aus. Unter dem Motto „Alles für…“ bieten die Nordhorner jetzt Materialien für drei neue Themen. „Alles für draußen“ bündelt alle Geräte, die optimal für den Außeneinsatz geeignet sind. Dazu gehören Handys, die resistent gegen Schmutz und Spritzwasser sind, ebenso wie PMR-Funkgeräte, Navigations- oder DECT-Geräte. Ein Navigationsgerät ist beispielsweise auch mit Handschuhen bequem zu bedienen, der kleine tragbare GPS-Empfänger Map 60 von Garmin bietet eine hohe Schutzklasse im Bereich der Feuchtigkeit, und die neuen Telefone von Siemens bieten Sicherheit für die ganze Familie. „Alles für’s Büro“ setzt die Reihe fort und bietet Festnetzkommunikation, kompakte Tk-Anlagen, IP-Telefonie und Multifunktionsdrucker. Auch der digitale Bilderrahmen für den

Schreibtisch, der direkt vom Handy via Bluetooth bestückt wird, ist dabei. „Alles für unterwegs“ rundet die Reihe der drei neuen Zielgruppenflyer ab. Rund um das mobile Büro werden hier Notebooks, Mobilfunkgeräte, Navigation und Autoradios präsentiert, die das Arbeitsleben auf der Straße erleichtern. Auch das entsprechende Zubehör ist hier zu finden. Alle Flyer können online bei ENO angesehen und bestellt werden. 50 Stück sind jeweils kostenlos, solange der Vorrat reicht. Alle Auflagenhöhen mit dem jeweiligen Logo-Eindruck, einem Poster für den Shop und Verteileraktionen sind direkt online abrufbar. www.eno.de

1 & 1 Internet AG stellt Maßnahmenpaket im Rahmen der Service-Initiative vor

Die 1&1 Internet AG hat ein umfassendes Maßnahmenpaket zu ihrer auf der CeBIT 2009 angekündigten Service-Initiative vorgestellt. Es trägt den häufigsten Kundenwünschen Rechnung und soll zu besseren Qualitätsstandards im DSL-Markt beitragen. Bei einer Analyse wurden sechs Themenfelder ermittelt, die DSL-Nutzern besonders am Herzen liegen. In allen Bereichen will 1&1 seine Leistungen verbessern.

Kurze Lieferzeiten: 1&1 gewährt zukünftig eine Lieferzeit-Garantie. Sobald das Unternehmen die technische Verfügbarkeit am Hausanschluss geprüft hat, erhält der Kunde eine Auftragsbestätigung. Ab Erhalt dieser Auftragsbestätigung wird der Anschluss innerhalb von zwei Wochen geschaltet. Sollte 1&1 dies nicht schaffen, erhält der Kunde auf Wunsch eine monatliche Grundgebühr zurück.

Übertragungsqualität und Bandbreiten: Aufgrund physikalischer Faktoren am Hausanschluss, wie beispielsweise der Leitungsdämpfung, kann die vom Kunden gewünschte Geschwindigkeit nicht immer garantiert werden. Nach der DSL-Bestellung ermittelt 1&1 deshalb die am jeweiligen Hausanschluss höchstmöglich erreichbare Bandbreite und informiert ab sofort proaktiv alle Besteller, bei denen die schaltbare Bandbreite wesentlich unter der gewünschten Höchstgeschwindigkeit liegen wird. Konkret betroffen sind Kunden, die ein DSL-Paket mit einer Bandbreite von bis zu 16.000 kBit/s bestellt haben, aber nicht unter allen Betriebsbedingungen mindestens 8.000 kBit/s erhalten, sowie Kunden, die einen Tarif mit einer Höchstgeschwindigkeit von bis zu 6.000 kBit/s bestellt haben und nicht unter allen Betriebsbedingungen mindestens 3.000 kBit/s erhalten. Kunden können dann auf Wunsch ihre Bestellung in einen Tarif mit einer niedrigeren Bandbreite ändern oder ohne Kosten vom Auftrag zurücktreten.

Schnelle Entstörung: Bei Leitungsstörungen will 1&1 schnellstmöglich Abhilfe schaffen. So werden Störungen, die bis 12 Uhr mittags gemeldet werden, oft noch am selben Tag, spätestens jedoch am nächsten Werktag behoben. Sollte dies einmal nicht möglich sein, gibt es auf Kundenwunsch eine Gutschrift über eine monatliche Grundgebühr.

Kostenlose Hotline für DSL-HomeNet-Nutzer: 1&1 DSL-HomeNet-Nutzern steht an sieben Tagen die Woche, rund um die Uhr, eine kostenlose 0800-Hotline-Nummer zur Verfügung. Außerdem gibt es einen kostenlosen E-Mail-Support. Kunden mit anderen 1&1 DSL-Tarifen steht weiterhin die kostengünstige 01805er-Hotline-Nummer für 14 Cent pro Minute zur Verfügung.

Installations-Garantie: 1&1 DSL in Betrieb zu nehmen, ist dank der 1&1 Sofort-Start-Garantie auch für technische Laien denkbar einfach. Zusätzlich ist der 1&1 Hotline-Service gerne kostenfrei behilflich. Sollten Kunden wider Erwarten Schwierigkeiten bei der Erstinstallation haben und ein Problem nicht schnell telefonisch gelöst werden können, schickt 1&1 kostenlos einen Service-Techniker vorbei.

Wechsel-Service: Im Falle eines Wechsels von einem anderen Provider zu 1&1 übernimmt 1&1, sofern möglich, kostenlos die Abwicklung aller notwendigen Formalitäten inklusive Kündigung und ermöglicht so einen schnellen und problemlosen Wechsel. www.1und1.de

Base gibt es jetzt auch im Prepaid-Format für zehn Euro pro 30 Tage

Ganz entspannt, ungebunden und ohne Kostendruck mit Freunden mobil telefonieren: Base gibt es jetzt auch im Prepaid-Format. Base Prepaid wendet sich an alle, die auf den einfachen Mobilfunk von Base setzen, sich aber nicht fest binden möchten. Für zehn Euro telefonieren Base Freunde mit der Flatrate 30 Tage lang unbegrenzt zu Base und E-Plus. Telefonate in andere Netze und SMS werden nach tatsächlicher Nutzung abgerechnet. Ideal ist das Angebot damit beispielsweise für Auszubildende und Schüler, die mit Base Prepaid untereinander gebührenfrei und bei voller Kostenkontrolle in Kontakt bleiben können. Das Starterpaket Base Prepaid ist für 19,99 Euro inklusive fünf Euro Startguthaben erhältlich. Damit der Einstieg in die Base-Welt leichtfällt, ist die Prepaid Flatrate in den ersten 30 Tagen kostenlos.

www.base.de

E-Plus setzt im ersten Quartal den profitablen Wachstumskurs fort

Der Düsseldorfer Mobilfunk-Netzbetreiber E-Plus hat in den ersten drei Monaten des Jahres den profitablen Wachstumskurs der vergangenen Jahre fortgesetzt. Das Unternehmen verzeichnete erneut eine positive Entwicklung bei Umsatz, Profitabilität und Kundenzahl. So zählte das Unternehmen zum 31. März erstmals über 18 Millionen Kunden. Das EBITDA wuchs im abgelaufenen Quartal um 13,4 Prozent auf 322 Millionen Euro im Vergleich zum Vorjahr. Die EBITDA-Marge erreichte 41,6 Prozent. Das deutliche Plus beider Werte unterstreicht die konsequente Fokussierung des Unternehmens auf ein profitables Wachstum.

www.eplus.de

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Messe Berlin: IFA wird 2009 zum Motor für die Märkte

Übergreifende Plattform

Mit der IFA 2009 International Press Conference verzeichnet die IFA ein stetig wachsendes weltweites Interesse. 300 Medienvertreter aus 45 Ländern, Vertreter des internationalen Fachhandels, der Industrieverbände und Aussteller bestätigen die hohe internationale Anziehungskraft der IFA.

Zur IFA 2009 präsentieren sich zum zweiten Mal die Top-Marken der Consumer Electronics und der Elektrohausgeräte-Industrie gemeinsam und im erweiterten Umfang in Berlin. Mit einem Ordervolumen von zuletzt mehr als drei Milliarden Euro ist die IFA ein starker Anreiz und wichtiger Indikator für die Märkte.

Die IFA ist der Treffpunkt der international führenden Unternehmen beider Branchen. Sie bewegt als wichtigste Orderplattform die Märkte, da sie die Strukturen der Handelslandschaft umfassend und punktgenau bedient.

Dr. Rainer Hecker: „Die IFA ist die ideale Plattform für internationale Händler, Einkäufer, Konsumenten, für die Industrie und die Medien."

„Die IFA bietet eine einzigartige Kombination der Märkte. Sie ist die ideale Plattform für internationale Händler, Einkäufer, Konsumenten, für die Industrie und die Medien. Mit der IFA 2009 werden wir im Herbst positive Signale für die Wirtschaft generieren", erklärt Dr. Rainer Hecker, Vorsitzender des Aufsichtsrates der gfu.

Energie-Effizienz, noch bessere Bildqualität vor allem im Bereich der LCD-Fernseher und immer schlankere Bauformen bestimmen die Weiterentwicklung in der TV-Technik. Die Top-Modelle unter den neuen Fernsehgeräten holen das Internet ins Wohnzimmer. Ob Videoclips von YouTube-Seiten, Diashows vom Online-Fotodienst Picasa, der Wetterbericht, minutenaktuelle News, Sport-Ergebnisse oder Börsenkurse: All diese Angebote gibt es jetzt zum Anklicken.

Ebenso ist der drahtlose Datentransport von High-Definition-Bildern jetzt marktreif. HDTV lässt sich jetzt drahtlos und unkomprimiert samt hochaufgelöstem Mehrkanalton nach dem neuen Wireless HD-Standard an den Bildschirm übertragen. Die Funkverbindung arbeitet mit extrem hohen Frequenzen um 60 Gigahertz und funktioniert auf kurze Distanzen bis 20 Meter sicher und problemlos. Wireless HD dürfte sich zur drahtlosen Ergänzung der HDMI-Verbindung entwickeln.

Breites Portfolio

„Die IFA 2009 in Berlin wird wieder im Zeichen der hochwertigen und umfassenden Markenpräsentationen stehen", ist sich Hecker sicher. „Das Produktspektrum umfasst seitens der Consumer Electronics den gesamten Markt, angefangen bei den innovativen, flachen TV-Geräten, über Heimkino-Systeme, hochauflösende Medien und intelligente Vernetzungslösungen, bis hin zu allen Varianten der mobilen Nutzungsmöglichkeiten.

Im Bereich der Elektro-Hausgeräte stehen Komfort, Gesundheit und Wellness bei Kühlschränken, Waschmaschinen, Trocknern, Geschirrspülern, Küchengeräten, Haar- und Körperpflegegeräten im Fokus. In beiden Produktbereichen hat die Schonung der Umwelt und der verantwortliche Umgang mit den Ressourcen Wasser und Energie einen sehr hohen Stellenwert." Gerade der Mix aus brauner und weißer Ware hat im letzten Jahr für eine Belebung der IFA gesorgt und neue Aus-steller auf das Messegelände gebracht. Für Jens Heithecker, Direktor der IFA, eine wichtige Basis für das laufende Geschäft: „Gerade jetzt sehen wir eine große Chance, die Position der IFA in den einzelnen Märkten auszubauen. Mit New-comern und zurückkehrenden Ausstellern, die die IFA neu als Netzwerkplattform und Impuls-geber nutzen, können vereinzelte Rückgänge mehr als ausgeglichen werden. Wir sehen die IFA auf einem sehr guten Kurs." www.ifa.de

Herweck lädt zur siebten Perspectives

Die Herweck AG lädt für den 19. Juni zum siebten Mal zur Hausmesse Perspectives auf dem eigenen Firmengelände ins saarländische Kirkel ein. Das Unternehmen erwartet am Messetag 900 Fachhandelspartner aus ganz Deutschland.

60 Aussteller werden dann auf 1.000 m² Ausstellungsfläche ihre neuen Produkte und Lösungen vorstellen und für persönliche Gespräche bereitstehen. Der intensive Kontakt und der offene Austausch haben schon im vorigen Jahr Besucher und Aussteller gleichermaßen begeistert. „Die Ausstellungsplätze für die Messe waren schnell ausgebucht. Wir haben in diesem Jahr unser Ausstellungsangebot weiter vergrößert und rechnen mit einem Besucherrekord“, meinte Jörg Herweck, Vorstand der Herweck AG. „Wir laden den Fachhandel ganz herzlich ein, die Perspectives zu besuchen. Allein unsere Messeangebote lohnen die Fahrt nach Kirkel.“

Zahlreiche Workshops

Neben der Fachhandelsmesse wird es auch 2009 wieder eine informative Workshop-Reihe geben. Im Mittelpunkt stehen diesmal Themen mit besonders viel Marktpotential für den Fachhändler, wie zum Beispiel Internetfernsehen mit T-Home Entertain, Wachstumsmarkt 50+ und Geschäftskundenverträge. Insgesamt wird es 15 verschiedene Workshops und Vorträge über den ganzen Tag verteilt geben.

Vorstandsmitglied Dieter Philippi bereichert die Vortragsschiene mit einem Beitrag zum vieldiskutierten Branchenthema: „Wem gehören die Kundendaten? Nachdenken über die derzeitige Situation zum Thema Datenschutz bei der Vermarktung von Mobil- und Festnetzaufträgen.“ Der Messetag wird durch ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm abgerundet, bei dem es Preise im Wert von 5.000 Euro zu gewinnen gibt, unter anderem ein topaktuelles Navigationsgerät von Tom Tom sowie Geräte von funkwerk und Agfeo und ein Kaffeevollautomat.

Karibische Partynacht

Um 19.30 Uhr beginnt die Abendveranstaltung, wie bereits im Vorjahr im Saarbrücker E-Werk, einer der angesagtesten Partylocations im Südwesten. „¡Bienvenidos al Caribe!“ lautet das Motto des Abends, denn die Gäste erwartet eine heiße Nacht mit Latino-Klängen und karibischen Köstlichkeiten. Die begehrten Karten zur Abendveranstaltung können bis 15.00 Uhr auf der Messe am Herweck Stand abgeholt werden.

Interessierte Fachhändler können sich ab sofort im Internet unter www.perspectives.herweck.de anmelden. Dort finden sie auch eine Liste der teilnehmenden Hersteller, eine Übersicht über die Workshops sowie alle nützlichen Informationen rund um die Organisation der Veranstaltung.

Auch bei der siebten Auflage der Hausmesse Perspectives werden sich die Aussteller vermutlich nicht über mangelndes Besucherinteresse beklagen können.

Geräte-Bundle für IPTV

Dass das Thema Internetfernsehen nicht nur theoretisch in Form eines Workshops während der Perspectives für Herweck wichtig ist, sondern auch in der täglichen Praxis, beweist das Unternehmen mit einem aktuellen Geräte-Bundle: Dieses umfasst einen LG 32-Zoll Flachbildschirm-Fernsehgerät, T-Home Media Receiver 300 (Digitaler Videorecorder) und T-Home Speedport W 503V (WLAN-Router und DSL-Modem).

Bei Abschluss eines Vertrages im Tarif T-Home Entertain Comfort zahlt der Fachhändler für das Bundle 29,00 Euro. Der UVP des Bundles ohne Vertrag beträgt 999 Euro. Der Fachhändler kann das Paket vor Ort bei seinen Kunden für 120 Euro bewerben und gleichzeitig die T-Home Wechselprämie von 120 Euro für den Endkunden als zusätzliches Verkaufsargument nutzen. Der rechnerische Preis für den wechselwilligen Kunden liegt dann bei null Euro. Das Bundle ist nur das erste Angebot in die neue Richtung, ab sofort gehören diese zum Standard-Portfolio bei Herweck.

„Die Telekom hat sich vorgenommen, die Zahl ihrer IPTV-Kunden bis Ende 2009 zu verdoppeln und weitere 300 Millionen in Breitbandnetze zu investieren, auch um ‚weiße Flecken‘ in ländlichen Räumen zu schließen“, erläuterte Jörg Herweck. „Auch die Bundesregierung hat angekündigt, weiter in den Breitbandausbau zu investieren. Hier bietet sich für den Fachhändler ein riesiges Potential.“

T-Home Entertain ist auf dem Vormarsch. Im ersten Quartal 2009 stiegen die Aktivierungen bei Herweck im Tarif T-Home Entertain Comfort im Vergleich zum ersten Quartal 2008 um 700 Prozent, die Tendenz ist steigend. Herweck bietet seinen Handelspartnern für diese Aktion unterstützendes Marketing in Form von Flyern. Auf Wunsch erhält der Händler auch Anzeigenvorlagen. Das Angebot gilt ab sofort, solange der Vorrat reicht. www.herweck.de

Bei Vodafone gibt es jetzt das Google-Phone HTC Magic

Im Vodafone Sortiment gibt es jetzt auch das HTC Magic – das erste Google-Phone, das komplett über den Touchscreen bedient werden kann. Dank HSDPA mit bis zu 7,2 Mbit/s ermöglicht das Smartphone schnelles mobiles Surfen im Internet.

Eine große Auswahl kostenloser Web 2.0-Applikationen macht das Gerät zu einem individuell einsetzbaren Begleiter für unterwegs. So zeigt das HTC Magic mit seinem 3,2 Zoll großen Touchscreen und dem vorinstallierten Web-Browser Internetseiten wie auf dem PC an. Mit Google Maps kann der Vodafone-Kunde auf aktuelle Stadtpläne und Wegbeschreibungen zugreifen. Über You Tube sind alle im Internet verfügbaren Videos auch auf dem Handy abrufbar. Kontakte, Kalendereinträge und E-Mails werden mit dem persönlichen Google Mail-Account automatisch synchronisiert. Dabei spielt es keine Rolle, ob Einträge über die Webseite von Google oder das HTC Magic erfolgen. Google Talk ermöglicht Instant Messaging in Echtzeit mit allen Google Talk- und Mail-Kontakten. Dank des offenen Betriebssystems Android kann das Google-Phone über den Android Market mit vielen weiteren Programmen, einige davon gibt es kostenlos, individuell erweitert und an die persönlichen Bedürfnisse angepasst werden. So können mit der Anwendung Barcoo Barcodes eingescannt und Produktinformationen abgerufen werden. Die Anwendung Radioland stellt individuelle Radioprogramme unterschiedlicher Genres auf Knopfdruck zur Verfügung.

Mit der Applikation Qype haben Vodafone-Kunden ihren persönlichen elektronischen Städteführer dabei. Die stern.de-Applikation zeigt aktuelle Meldungen, einige davon mit Videos, übersichtlich an. Auch für die Nutzung von Web 2.0-Anwendungen wie Twitter, Facebook und flickr gibt es eigene Anwendungen.

Vier Tarifpakete

Zum Vermarktungsstart des HTC Magic hat Vodafone vier Tarifpakete zur Nutzung von Sprach- und Datendiensten mit einer Laufzeit von 24 Monaten geschnürt.

Wenignutzer können die SuperFlat Internet Weekend mit Telefonie-Flatrate am Wochenende in das deutsche Festnetz und Vodafone-Netz und mit 200 MB Inklusiv-Volumen für E-Mail und Internet für monatlich 24,95 Euro buchen. Für eine intensive Nutzung steht das Komplettpaket SuperFlat Internet Allnet für monatlich 119,95 Euro zur Verfügung. Es umfasst neben einer Sprach-Flatrate in alle deutschen Mobilfunk- und Festnetze auch einen mobilen Internet- und E-Mail-Zugang ohne Volumenbeschränkung sowie eine SMS- und Instant Messaging-Flatrate. Die SuperFlat Internet Festnetz/Mobile für 44,95 Euro pro Monat und die SuperFlat Internet zu monatlich 59,95 Euro runden das Tarife-Portfolio ab.

Das HTC Magic wird in Verbindung mit einem 24monatigen Laufzeit-Vertrag von Vodafone schon ab einem Euro angeboten. Kunden können zwischen den Farbvarianten Weiß und Schwarz wählen.

www.vodafone.de

Auf der Startseite www.vodafone.de präsentiert das Unternehmen das HTC Magic unübersehbar.

MOST INNOVATIVE BRAND

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: High Quality Bedienkomfort

TX-L32GW10W
LCD-TV

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: High Quality Bedienkomfort

TX-L37V10E
LCD-TV

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Innovation High Quality Bedienkomfort

TX-P42GW10
Plasma-TV

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Innovation High Quality Bedienkomfort

TX-P50V10E
Plasma-TV

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Innovation High Quality Bedienkomfort

TX-P54Z1E
Plasma-TV

Wi HD™

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Innovation Bedienkomfort

Wireless HD
Technologie

VIERA CAST

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Innovation Bedienkomfort

VIERA CAST
Technologie

NeoPDP

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Bedienkomfort

NeoPDP
Technologie

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Bedienkomfort

DMC-FT1EG
Digital Stil Camera

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Innovation Bedienkomfort

DMC-TZ7EG
Digital Stil Camera

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Bedienkomfort

DMP-BD80EG-K
Blu-ray Player

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: High Quality Bedienkomfort

DMP-EH595EG
DVD-Recorder

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: High Quality Bedienkomfort

DMP-BD60EG
Blu-ray Player

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: High Quality Bedienkomfort

DMC-FX40EG
Digital Stil Camera

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: High Quality Bedienkomfort

DMC-FX550EG
Digital Stil Camera

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Bedienkomfort

SDR-SW21EG
SD-Camcorder

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Bedienkomfort

KX-TG6421
Telefon

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Bedienkomfort

KX-TG8421
Telefon

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Innovation Bedienkomfort

EVOIA
Premium-Universal-Batterie

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Innovation High Quality Bedienkomfort

DMC-GH1
DSLR-Kamera

PLUS X AWARD® ausgezeichnet für: Bedienkomfort

HDC-SD300EGK
SD-Camcorder

www.panasonic.de

Panasonic
ideas for life

PLUS X AWARD™

„Falk Excellence Initiative“ wird ausgeweitet

Noch mehr Handelsaktivitäten

„Unsere Anfang des Jahres gestartete ‚Falk Excellence Initiative‘ ist hervorragend im Handel angekommen. Wir weiten deshalb unsere Handelsaktivitäten im zweiten Halbjahr 2009 aus“, erklärte Florian Modrich, Sales Director Mobile Navigation bei Falk Marco Polo Interactive (FM-I), im Gespräch mit PoS-MAIL. Insbesondere die im ersten Quartal durchgeführten Online-Schulungen wurden laut Modrich vom Handel absolut positiv aufgenommen.

Bei diesen „Webinaren“ haben bis zu 30 Teilnehmer die Möglichkeit, nach vorheriger Anmeldung und Zustellung der persönlichen Zugangsdaten an einer moderierten Online-Video- bzw. Telefonkonferenz teilzunehmen. Ein Experte aus dem Hause Falk steht dann bereit, um Produktschulungen durchzuführen und individuelle Probleme der einzelnen Handelspartner zu diskutieren. „Die Resonanz auf die ersten drei dieser Angebote war äußerst zufriedenstellend“, so Modrich. „Rund 75 Prozent der Fragebögen, die wir anschließend an die Teilnehmer verschickt hatten, sind zurückgekommen. Und alle zeigten sich gleichermaßen begeistert und fühlten sich durch das Online-Angebot ebenso gut unterstützt wie durch ein Training vor Ort.“

Eine weitere Maßnahme, die in den ersten Monaten des Jahres durchgeführt wurde, war die Bereitstellung von Informationen in einem speziellen Online-Portal. Dort finden Falk Handelspartner unter anderem Produktpräsentationen und Fact-Sheets. Zur Vereinfachung der Bestellung wurde zudem unter der Adresse order @falk.de eine zentrale E-Mail-Adresse für die Händler eingerichtet, die ihre Ware direkt von Falk beziehen. Dadurch ist sichergestellt, dass es nach der Bestellung keine Verzögerungen bei der Auslieferung der Geräte gibt.

Zudem wurde die Versorgung der Handelspartner mit Deko-, Präsentations- und Verkaufsförderungsmaterialien für den Point of Sale ausgebaut. Auch hier soll die einheitliche E-Mail-Adresse handel@falk.de, über die beispielsweise Poster oder Prospekte geordert werden können, die Kommunikation zwischen Handel und Unternehmen vereinfachen.

Händler, die sich besonders für die Navigationsgeräte von Falk stark machen, profitieren im Rahmen der „Falk Excellence Initiative“ zusätzlich.

Florian Modrich

Falk Navigationsgeräte dienen nicht nur dazu, den Weg von A nach B zu finden, sondern liefern auch vor Ort viele nützliche Zusatzinformationen.

Enger Kontakt

Besonders positiv wertet Modrich den durch die „Falk Excellence Initiative“ entstandenen engeren Kontakt zu den Händlern, der sich für beide Seiten vorteilhaft auswirke. So habe man beispielsweise auf Anregung des Handels das Angebot „Newest Maps“ sowie den Startassistenten in die neuen Navigationsgeräte integriert (siehe Kasten links).

In Kürze führt Falk nun eine optionale Zertifizierung für Händler ein. „Falk zertifizierte Partner“ erhalten attraktive und individuelle Verkaufsanreize sowie zusätzliche Marketing- und Vertriebsunterstützung. „Falk zertifizierte Partner erhalten immer das aktuellste Werbemittelpaket und können ein Anrecht auf ein multimediales PoS-Display erwerben“, führte Modrich aus. „Die Falk Marketing-Abteilung unterstützt sie zudem bei der Erstellung von Handelsanzeigen. Weiterhin erhalten die zertifizierten Partner bevorzugt Informationen sowie Priorität bei der Lieferung von Waren.“ Außerdem profitierten sie von Bonus-Programmen, Händler-Incentives sowie Abverkaufsaktionen. Der Falk-Vertrieb wird in den nächsten Wochen aktiv auf den Handel zugehen und das Konzept zum „Falk zertifizierter Partner“ vorstellen.

Wer eine Zertifizierung als Falk Händler bekommen möchte, muss unter handel@falk.de ein Anmeldeformular bestellen und ausgefüllt an Falk zurückschicken. Das Unternehmen überprüft dann, ob der Händler die Voraussetzungen erfüllt, um an dem Programm teilnehmen zu können. Die Hürden sind dabei nicht allzu hoch. So gehören zum Beispiel eine der Größe des Geschäftes entsprechende Präsenz von Falk Produkten im Verkaufsraum und eine ausreichende Bevorratung mit Falk Geräten zu den Bedingungen. Außerdem sollte der Händler die Preispolitik des Herstellers unterstützen und zusätzliche Angebote, die mit den verschiedenen Geräten verkauft werden können, anbieten.

Aktuelle Orientierung

Falk will dem Handel in der immer komplexer werdenden Navigationsgeräte-Welt eine top-aktuelle Orientierung geben und ihm so eine optimale Beratung des Kunden ermöglichen. Quartalsweise wird ab Mai der erste Handels-Newsletter, mit aktuellen Informationen und Neuerungen über die Falk Navigationssysteme, versendet. Neben neuen Terminen für die Webinare wird der „Falk zertifizierte Partner“ im Newsletter vorgestellt. Zum besseren Kennenlernen der Produkte sollen künftig Demo-Videos für den PoS zur Verfügung stehen. Zertifizierte Partner können sich darüber hinaus auf besondere Unterstützung beispielsweise bei der Dekoration von Schaufenstern und Falk Aufbauten im Laden verlassen. Modrich: „Hier wird es sich bemerkbar machen, dass ein spezialisierter Reise-Verlag hinter uns steht.“

Für die Präsentation der Geräte am Point of Sale hält Falk unterschiedliche Stand- und Thekendisplays bereit. Auch die Versorgung der Handelspartner mit Videofilmen – Werbespots ebenso wie Produktinformationen – ist möglich.

Falk liefert Navis mit neuem Falk Navigator 9.0 aus

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

The perfect experience

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Design
Bedienkomfort

LT-42ED22
LCD-TV

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Design
Bedienkomfort

LT-47DV1
LCD-TV

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Bedienkomfort

KD-AVX77
DVD-Multimedia-Center

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Bedienkomfort

GZ-HM200
Full HD SD-Card-Camcorder

www.JVC.de

JVC
The Perfect Experience

PLUS X AWARD™

TK

Sagem Festnetztelefone für Menschen mit Seh- oder Hörschwächen

Mit den Sagem Modellen D23XL und D23XP richtet sich der französische Hersteller insbesondere an Menschen mit Seh- oder Hörschwächen, aber auch an Personen, die in ihrer Motorik eingeschränkt sind. Sowohl das D23XL als auch das D23XP verfügen über besonders große Tasten zum Wählen sowie über große Zeichen auf dem hinterleuchteten Display. Das Besondere am Sagem D23XP sind die in der Basisstation integrier-

ten zehn Kurzwahltasten, auf die man Fotos seiner Kontakte kleben kann. Mit diesen Tasten können Nutzer die gespeicherten Nummern direkt anwählen. Beide Geräte sind außerdem mit Hörgeräten kompatibel, so dass Stör- bzw. Nebengeräusche vermieden werden. Beide Schnurlostelefone bieten eine Uhrzeitanzeige und CLIP-Funktion. Die Akkus ermöglichen eine Gesprächszeit bis zu 13 Stunden sowie eine Stand-by-Zeit von maximal 160 Stunden.

Des weiteren stehen den Mobilteilen beider Modelle zehn Melodien sowie der Basisstation weitere fünf zur Verfügung. www.sagem.de

Kfz Handy-Halterungen mit Einbauservice als ContentCard-Gutschein

Mit den phoneFIT ContentCard-Gutscheinen kann der Handel professionelle Kfz-Einbaulösungen anbieten, ohne in finanzielle Vorleistung gehen zu müssen. Den Einbauservice übernimmt ein Netzwerk von über 1.000 phoneFIT Einbauexperten in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Der phoneFIT ContentCard-Gutschein ist in drei verschiedenen Bundles erhältlich: Als Profi Kfz Handy-Halterung zur Selbstmontage (inkl. Versand) zum Preis von 59,90 Euro, als Profi Kfz Handy-Halterung inkl. Einbauservice für 79,80 Euro sowie als Profi Kfz Handy-Halterung inkl. Einbauservice und Stromversorgung für 129,90 Euro. Die phoneFIT ContentCard-Gutscheine enthalten einen Gutschein-Code, der vom Käufer online unter www.phonefit.eu oder per Hotline eingelöst wird. Dabei konfiguriert der Käufer die Profi Kfz Handy-Halterung, die individuell für seinen Fahrzeug- und Handytyp verfügbar ist. Falls der Käufer eine ContentCard mit Einbau-

service erworben hat, kann er den nächstgelegenen aus über 1.000 phoneFIT Einbaupartnern auswählen. In diesem Fall wird der genau auf das Handy des Käufers abgestimmte Einbausatz direkt an den Einbauexperten beim Käufer vor Ort verschickt. Der Einbauexperte kontaktiert den Käufer, um einen Einbautermin zu vereinbaren. Beim Kauf eines phoneFIT ContentCard-Gutscheines ohne Einbauservice verschickt phoneFIT die Profi Kfz Handy-Halterung direkt an den Käufer zur Selbstmontage. Händler erhalten in Abhängigkeit vom verkauften phoneFIT ContentCard-Gutschein eine Marge zwischen 25 und 40 Prozent. An der Vermarktung interessierte Händler erhalten das phoneFIT Starterpaket, bestehend aus 15 phoneFIT ContentCard-Gutscheinen (fünf je Bundle) sowie PoS-Material für eine einmalige Schutzgebühr von fünf Euro. Jede Folgebestellung von phoneFIT ContentCard-Gutscheinen ist kostenlos. Zur Bestellung notwendig ist lediglich eine Registrierung als ContentCard-Händler. www.contentcard.com

NAVI

Navigon Navis berücksichtigen sich regelmäßig ändernde Streckenführungen

Der Schweizer Oberalppass verbindet die Orte Sedrun im Kanton Graubünden und Andermatt im Kanton Uri. 32 Kilometer lang ist die Passstraße, die an ihrer höchsten Stelle auf über 2.000 Metern Höhe verläuft und daher von Oktober bis April für den Autoverkehr gesperrt bleibt – eine für die Routenplanung wichtige Information. Die neuen Navigationsgeräte von Navigon sind über solche jahreszeitlich bedingten Sperrungen informiert und berücksichtigen diese bei der Routenkalkulation. Beim Oberalppass beziehen die digitalen Lotsen sogar den Fahrplan der Matterhorn-Gotthard-Bahn in die Planung mit ein, denn die befördert Autoreisende im Winter samt Fahrzeug in einer Zugstunde über den Pass. Ob das Navigationsgerät die Reisenden im Winter zur Autoverladung auf die Bahnstrecke oder weiträumig um den Pass herum lotst, hängt vom gewählten Routenprofil ab. Entscheidet sich der Nutzer für die „Optimale Route“, bezieht das Gerät die Bahnfahrt mit ein; bei der Option „Schnelle Route“ lässt der Wegweiser den Pass links liegen und empfiehlt eine längere Strecke auf Autobahnen. Im Sommer wird der von Mai bis September geöffnete Pass bei jedem Routenprofil in die Planung einbezogen, da er grundsätzlich die beste Ost-West-Verbindung darstellt.

Regelmäßige zeitweilig wechselnde Verkehrsführungen gibt es nicht nur auf je nach Jahreszeit befahrbaren oder gesperrten Alpenrouten. In Hamburg zum Beispiel stellt die zweispurige Sierichstraße besondere Anforderungen an die Navigation: Die wichtige Nord-Süd-Verbindung zwischen dem Stadtteil Winterhude und dem Stadtzentrum ist von vier Uhr morgens bis zwölf Uhr mittags nur von Norden nach Süden befahrbar; ansonsten fließt der Verkehr in die umgekehrte Richtung – mit dieser Regelung wird dem Berufsverkehr Rechnung getragen.

Navigon Geräte wissen auch um die Besonderheit und lotsen jeden, der morgens in Hamburg von Süden nach Norden fährt, um die Sierichstraße herum.

www.navigon.de

Allnet ADSL2+Router erreicht maximal 24 Mbit pro Sekunde

Allnet hat sein Sortiment aktiver Netzwerkgeräte um den Allnet ALL0279DSL Router mit integriertem Breitbandmodem erweitert. Das auf der ADSL2+ Technologie basierende Modem erreicht eine maximale Brutto Download-Geschwindigkeit von 24 Mbit/Sekunde. Der neue Allnet Router bietet neben einem integrierten vierfach

10/100 Mbit Switch zusätzlich einen 802.11g Wireless Access Point mit einer Übertragungsgeschwindigkeit von bis zu 54 Mbit. Mit Hilfe der Auto-MDIX Funktion lässt sich das Gerät einfach mit anderen Netzwerkgeräten verbinden, ohne dass spezielle gekreuzte Kabel benötigt werden. Unterschiedliche Verschlüsselungstechnologien wie WEP, WPA und WPA2 gewährleisten eine sichere kabellose Datenübertragung. Darüber hinaus schützt die SPI-Firewall vor ungewollten Zugriffen aus dem Internet und zeichnet auf Wunsch alle Angriffe in einem Journal auf. Zusätzlich ermöglicht die Quality of Service (QoS) Datenpriorisierung eine parallele Nutzung unterschiedlicher Dienste über eine Leitung. Die Remote Admin Funktion erlaubt einen einfachen administrativen Zugriff auf die Management Konsole von jedem Rechner im Netzwerk. Das Gerät wird mit einer austauschbaren Antenne, Patch-Kabel sowie Software CD ausgeliefert. www.allnet.de

Garmin entwickelt den Forerunner Trainings- und Fitnesscomputer weiter

Garmin hat den neuen Trainings- und Fitnesscomputer Forerunner 405CX auf den Markt gebracht. Das bisherige Modell Forerunner 405 bietet als wesentliche Funktionen Geschwindigkeits- und Distanzmessung, Pulskontrolle, Trackaufzeichnung, Training mit Virtual Partner sowie Speicherung und Übertragung aller Daten auf PC oder Mac. Der neue Forerunner 405CX punktet zusätzlich mit einer noch präziseren Berechnung der verbrauchten Kalorien über die Messung der Herzfrequenzvariabilität. Mit Hilfe dieser Herzfrequenzvariabilität kann die Sportuhr die während des Trainings

verbrauchte Kalorienzahl sehr genau berechnen. Neben dieser technischen Neuerung bietet der Nachfolger des Forerunner 405 mit den beiden zusätzlich mit-gelieferten Klett-Armbändern auch einen höheren Tragekomfort. www.garmin.de

Kenwoods neuer Navitainer bietet schnelle Navigation und Multimedia

Das Doppel-DIN-Gehäuse des neuen Multimediagerätes Kenwood DNX7240BT beherbergt nicht nur DVD-Laufwerk, Verstärker und Bluetooth-Freisprecheinrichtung – auch ein intelligentes Navigationssystem mit TMC und TMC-Pro für dynamische Routenänderung ist integriert. Mit dem integrierten Kartenmaterial „City Navigator Europe NT2009“ von 40 europäischen Ländern ist das Navi auf aktuellem Stand, inklusive fast sämtlicher Tempolimits in Deutschland, inner- wie außerorts, wie auch in vielen anderen europäischen Ländern. Unabhängig davon ist das System updatefähig, und es können eigene POIs per CD-R hinzugefügt werden.

Neu ist die Bild-in-Bild-Funktion des DNX7240BT, bei der im Navigationsmodus das Videobild von DVD oder einer anderen Signalquelle in die Kartenansicht gestellt werden kann und die Screenanzeige „Aktuelle Position“ die hilfreichen Informationen bei Notfällen oder Pannen liefert. Um die Bedienung des DNX7240BT so intuitiv wie möglich zu gestalten, hat Kenwood eine vollkommen neu gestaltete grafische Benutzeroberfläche entworfen, die sich durch eine übersichtliche Darstellung der Funktionen auszeichnet. Dazu gehören großzügige Bedienfelder, die sich besonders beim Fahren sicher anwählen lassen. Das Basismenü besteht aus den Hauptfeldern Navigation, Programmquelle und Telefon mit jeweils separatem Setup-Tastenfeld für die Einstellungen, zwei weitere Einzelfelder öffnen die Quellenauswahl bzw. das Audio-Bedienmenü. Außerdem bietet der neue Navitainer eine Menüführung in Deutsch sowie in zwölf weiteren Sprachen. Für hervorragende Soundaufbereitung sorgt beim DNX7240BT ein integrierter Hochleistungs-DSP mit Fünf-Band-Equalizer, elektronischer Frequenzweiche und einer Laufzeitkorrektur (DTA). Damit lassen sich die unterschiedlichen Abstände und Lautstärkepegel der einzelnen Lautsprecher bezüglich der Hörposition ausgleichen. So entsteht ein naturgetreueres und exakteres Klangbild. Zur Erweiterung der Anlage stehen drei Vorverstärkerausgänge zum Abspielen externer Audiodateien oder Videos inklusive DiviXFormat und ein USB-Anschluss zur Verfügung. Dazu kommt ein rückseitiger iPod-AV-Klinkeneingang, umschaltbar auf analoge Signalquellen, und am „Direct Control“-Anschluss lassen sich per optionalem Adapter KCA-iP301V iPod-Player neuester Generation sowie iPhone und iPhone 3G anschließen.

www.kenwood.de

AUSGEZEICHNET

PLUS X AWARD® 2009:

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Design
Bedienkomfort

BOSE® LIFESTYLE® V10
Home Entertainment System

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Bedienkomfort

BOSE® LIFESTYLE®
Homewide Powered
Speaker System

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Bedienkomfort

BOSE® 3·2·1® GSXL III DVD
Home Entertainment System

PLUS X AWARD®
ausgezeichnet für:
Design
Bedienkomfort

BOSE SoundDock® II Digital
Music System

Eine starke Marke gewinnt! Gewinnen Sie mit Bose!

Bose GmbH • Max-Planck-Str. 36 • D-61381 Friedrichsdorf • Tel.: (0 61 72) 71 04-0 • Fax: (0 61 72) 71 04-19 • www.bose.de

BOSE®
Better sound through research®

Patentierte Technologie und effektive Werbung

Dyson auf dem Siegerpodest

Wenn ein relativ junges Unternehmen es schafft, nicht nur innerhalb weniger Jahre Achtungserfolge gegen die alteingesessenen „Platzhirsche“ zu erzielen, sondern sogar zu den Marktführern aufzuschließen, dann hat es offensichtlich vieles richtig gemacht. Dass dies beim 1993 in Großbritannien gegründeten Staubsaugerhersteller Dyson der Fall ist, bestätigen die aktuellen Marktzahlen: Erstmals gelang es Dyson im vorigen Jahr, mit einem Marktanteil von zwölf Prozent bei Bodenstaubsaugern in Deutschland auf Platz drei vorzustoßen und einen Platz auf dem Siegerpodest zu erobern.

„Einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren für uns ist die Fülle innovativer Ideen, die in jedem einzelnen Produkt steckt“, stellte Erich Geisser, Geschäftsführer Dyson Deutschland, fest. In allen Dyson Produkten, dazu gehören nicht nur Staubsauger, stecken derzeit 564 Patente, die die Technologie einzigartig machen. „Auf einen DC23 Staubsauger sind alleine 79 Patente angemeldet“, betonte Geisser. Dyson Ingenieure entwickeln neue Ideen und melden sie als Patente an. Daher können Technik und Funktionsweise nicht legal kopiert werden. So garantiert beispielsweise die patentierte Dyson Cyclone Technologie auch 15 Jahre nach ihrer Erfindung durch James Dyson noch, dass nur Dyson Staubsauger eine konstant hohe Saugkraft aufweisen.

Der Grundstein dafür, dass das britische Unternehmen bis heute weltweit zu den führenden Staubsaugerherstellern gehört, ist das 400 Personen starke Forschungs- und Entwicklungsteam bei Dyson, das sich der permanenten Verbesserung der Produkte und der Erfindung von Technologien widmet. In den vergangenen fünf Jahren hat Dyson seine Investitionen in Forschung und Entwicklung vervierfacht. In dieser Zeit entwickelte das Unternehmen unter anderem den Dyson Airblade Händetrockner, der nasse Hände doppelt so schnell und hygienischer als herkömmliche Händetrockner trocknet.

Mit hochwertigen Tool-Systemen, die die Technologie der Premiummarke in Aktion setzen, ziehen Dyson Produkte bei besonders engagierten Handelspartnern die Aufmerksamkeit der Kunden an.

„Dyson ist anders und besser als andere“

Großen Anteil am wachsenden Markterfolg von Dyson haben auch die intensiven Marketingaktionen, mit denen das Unternehmen gleichzeitig Nicht-Besitzer und Besitzer eines Dyson Gerätes anspricht. Während die einen dazu veranlasst werden sollen, Kaufbarrieren zu überwinden, soll bei den anderen die Loyalität durch Bestätigung der Kaufentscheidung gestärkt werden. Im Mittelpunkt der Aktivitäten steht die Aussage „Dyson ist anders und besser als Staubsauger mit Beutel“. Diese wird zum Beispiel über Printanzeigen und TV-Spots mit Fokus auf die patentierte Technologie kommuniziert. Zusätzlich sorgen Promotions an hochfrequentierten Orten für eine direkte Ansprache des Kunden. Seit Beginn der Kampagne im April 2008 bis heute wurden so über 520 Aktionstage durchgeführt, bei denen rund 250.000 Kontakte erzielt wurden.

Umfangreiche Praxistests

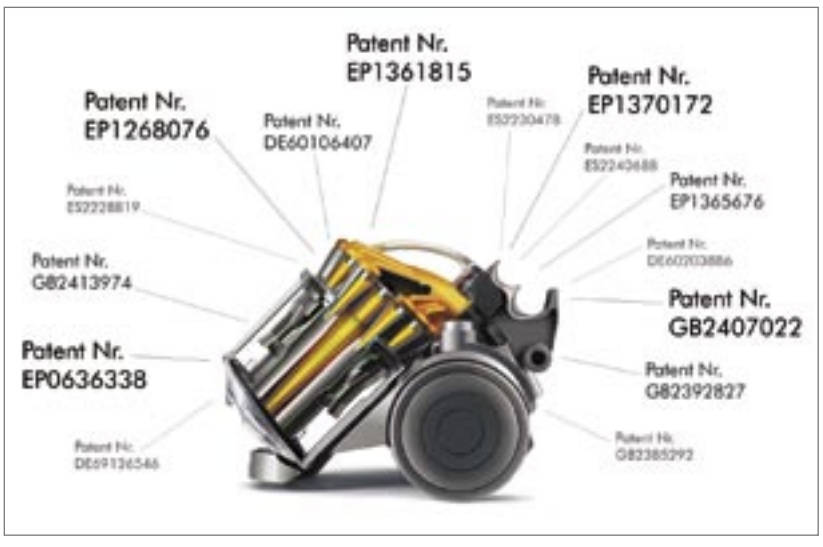
Dafür, dass die entwickelten Technologien nicht nur auf dem Papier existieren, sondern auch den Praxisanforderungen standhalten, sorgen bei Dyson ausgefeilte Prüfmechanismen. So wird jedes der 400 Einzelteile eines Geräts – sogar der Motor – umfangreichen Produkttests unterzogen. Deshalb gewährt Dyson fünf Jahre Garantie. „Dyson Ingenieure investieren rund 30.000 Stunden im Monat, um die Geräte zu testen und sicherzustellen, dass sie höchsten Qualitätsanforderungen entsprechen“, führte Geisser aus. „Die mehr als 100 Tests werden kontinuierlich verbessert und den aktuellen Nutzungsbedingungen angepasst.“

„Bestes Produkt Europas“

Der unermüdliche Forscherdrang des Unternehmens liefert dem Handel auch für die derzeitige Debatte um die Energie-Effizienz von Elektrogeräten ein hervorragendes Argument für das Verkaufsgespräch am PoS. So belegte der Dyson-Staubsauger DC24 Ball im europäischen Verbraucherportal „Topten“ in der Kategorie „Staubsauger“ als „Bestes Produkt Europas“ den ersten Platz. Die Bestnote wurde vergeben, weil sich das Dyson Gerät mit Stromkosten von 167 Euro über einen Zeitraum von zehn Jahren als weitaus energiesparender als seine Wettbewerber erwies.

280 Millionen Kontakte

Da aber die beste Technik nichts nützt, wenn der Kunde nichts über sie erfährt, trommelt Dyson ordentlich für die eigenen Produkte. Dies geschieht zum einen durch Live-Marketing (siehe Kasten unten links) sowie klassische Print- und Fernsehwerbung. So zog Dyson in den vergangenen Monaten mit einer reichweitenstarken Kampagne die Aufmerksamkeit auf sich. Bei rund 280 Millionen Kontakten wurde dabei die Chance genutzt, die Philosophie des Unternehmens, seine Produkte und Produktvorteile wie „kein Beutel“ und „kein Saugkraftverlust“ zu kommunizieren.



Dyson Staubsauger stecken voller innovativer Ideen. Nur dadurch, dass sie zum Patent angemeldet werden, kann eine Nachahmung verhindert werden.

Beurer und Dyson stellen gemeinsam auf der IFA aus

Beurer, der Spezialist für Gesundheit und Wohlbefinden aus Ulm, und Dyson haben bereits in den vergangenen Jahren im Rahmen der Fachhandels-Roadshow HEPT erfolgreich zusammengearbeitet. Im September soll diese Kooperation intensiviert werden: Vom 4. bis 9. September

Miss IFA freut sich darauf, Dyson auf der IFA 2009 begrüßen zu dürfen.

werden beide Unternehmen mit einer gemeinsamen Ausstellungsfläche auf der IFA 2009, der weltweit wichtigsten CE-Messe, vertreten sein. „Mit der Einführung der Weißen Ware auf der IFA ist die Teilnahme für uns zum absoluten Muss geworden“, meinte Erich Geisser, Geschäftsführer Dyson Deutschland. „Wir freuen uns schon jetzt, unsere Produktneuheiten dem Messepublikum zu präsentieren und sind überzeugt, durch die Kooperation den Messeauftritt sowohl für uns als auch für Beurer erfolgreich zu gestalten.“ Sichergestellt werden soll der Erfolg durch ein kreatives und überraschendes Standkonzept, auf dem zahlreiche Neuheiten Fachbesucher und Endkonsumenten begeistern sollen.

Täglich frische News: www.pos-mail.de

Die neue Samsung Camcorder-Generation

Innovationen für leichtes Verkaufen

Robust und energiesparend ohne bewegliche Teile: der Samsung HMX-H106 Full-HD-Camcorder mit SSD-Technologie.

Der neue Samsung Slogan „Innovation makes it easy“ trifft auch für das Verkaufen der neuen Camcorder-Generation zu. Sei es die SSD Flash Speicher-Technologie der H-Serie oder das innovative Design des familienfreundlichen R10: Verkaufsargumente gibt es in jedem Fall genug.

Bei den neuen Camcordern HMX-H104, H105 und H106 demonstriert Samsung seine große Kompetenz in der Halbleiter-Technologie durch den Einsatz eingebauter SSD-Flash Speicher. Damit zeichnen die Modelle Videodateien bis zu einer Größe von 16 GB (H104), 32 GB (H105) oder 64 GB (H106) auf. Die drei Buchstaben SSD stehen für „Solid State Drive“ und bezeichnen eine neue Speichergeneration, die darauf basiert, dass die Flash Speicher Chips ähnlich wie bei einem USB-Stick auf einer einzelnen Platine untergebracht sind, deren Bauform und Anschlüsse der von konventionellen HDD-Festplatten angepasst sind. Allerdings sind bei SSD keine Schreib- und Leseköpfe notwendig, sondern es werden lediglich einzelne Leitungen geschaltet. Im Klartext: Es bewegt sich nichts; daher arbeiten die Geräte völlig lautlos und entwickeln wegen fehlender Reibung kaum Wärme. Das reduziert nicht nur den Energieverbrauch, sondern auch die Störempfindlichkeit bei Erschütterungen. Selbst starke Stöße wie zum Beispiel beim Fahrradfahren sollen den Betrieb nicht beeinträchtigen. Mit mehr als einer Million Schreib-, Lösch- und Lesevorgängen ist die Lebensdauer der SSD Flash-Speicher von Samsung zudem ausgesprochen hoch. Dabei reicht die Kapazität der eingebauten Speicher für drei (H104) bis zu 12 Stunden (H106) Videofilm; zudem verfügen die neuen Camcorder über einen Slot für SD/SDHC-Speicherkarten.

Alle Geräte sind mit einem hochwertigen Schneider Kreuznach Varioplan HD-Objektiv mit einer Brennweite von 37–370 mm (KB-äquivalent) ausgestattet; Verwacklungen werden mit Samsungs neuem, verbessertem optischen Bildstabilisator ausgeglichen. Natürlich kann man mit den neuen Samsung Camcordern der H-Serie auch fotografieren – mit Hilfe des eingebauten Stroboskopblitzes auch bei schlechten Lichtverhältnissen. Der HD Time Lapse Modus erlaubt zudem die Aufnahme einzelner Bilder in zuvor festgelegten Intervallen von einer, drei, fünf, 15 oder 30 Sekunden.

Nach der Aufnahme geht es komfortabel weiter: Ist der Camcorder mit dem Samsung TV verbunden, können die Videos mit Hilfe der Anynet+-Fernbedienung mit nur vier Handgriffen geschnitten und zusammengefügt oder Sequenzen gelöscht werden. Auch direkt am 2,7“ großen Touchscreen des Camcorders können die Filme schon bearbeitet werden – ein PC ist jedenfalls nicht erforderlich.

Die neue Camcorder-Ergonomie

Innovativ zeigt sich auch der neue familienfreundliche Samsung Camcorder HMX-R10, der schon auf den ersten Blick auffällt: Denn das Objektiv ist in einem Winkel von 25° schräg in das Gehäuse eingebaut. Was zunächst an die Frosch-Perspektive erinnert, hat handfeste ergonomische Vorteile: Der Camcorder braucht nämlich beim Filmen aus normaler Perspektive nicht mehr direkt vor die Augen gehalten zu werden – damit ist jederzeit der Blick auf die Szene frei, die gerade gefilmt wird. Das Aufnahmegerät kann wahlweise nach oben oder unten gehalten werden und filmt dank des schrägen Objektivs trotzdem aus geradem Winkel, eben ganz ohne Frosch- oder gar Vogelperspektive. Der Clou: Wird der Camcorder hochgehalten, dreht man ihn einfach um, und das Display zeigt automatisch die entsprechende Normalansicht. Zudem ermöglicht das schräg angesetzte Objektiv deutlich komfortableres Filmen als herkömmliche Geräte – besonders das Handgelenk wird geschont und ermüdet sehr viel weniger.

Das hochwertige Objektiv mit fünffacher optischer Zoomfunktion ist zudem mit einem extrem stoß- und kratzfesten Schutzglas versehen und kommt daher ohne Deckel aus. Das aufklappbare und schwenkbare Display (2,7“ Touchscreen LCD) ist extrem flach und versteckt alle Bedienungselemente auf seiner inneren Seite. Ist der Camcorder geschlossen, sind von außen keine Knöpfe sichtbar.

Ebenso leicht wie die Handhabung beim Filmen ist auch die Bedienung des Gerätes bei der Wiedergabe. Filme und Fotos können mit einer HDMI-Verbindung problemlos in bester Bild- und Tonqualität zum Fernseher übertragen werden. Im Zusammenspiel mit Samsung Home-Entertainment-Systemen ermöglicht Anynet+ die schnelle und komfortable Bearbeitung der Videofilme ohne PC mit der Fernbedienung direkt am heimischen Samsung Fernseher.

Das außergewöhnliche Design wird beim Samsung HMX-R10 durch hervorragende Bildqualität ergänzt: Das Gerät nimmt nicht nur Full-HD-Videofilme auf, sondern auch digitale Fotos mit neun Megapixeln, die auf bis zu zwölf Megapixel interpoliert werden können. Dank seiner überaus kompakten Bauweise und des leichten Aluminium-Gehäuses passt das Gerät in wirklich jedes Urlaubsgepäck.

Das neuartige Design des Full-HD-Modells Samsung HMX-R10 ist jetzt auch in der günstigen Preisklasse nicht-HD-fähiger Geräte erhältlich: Die Samsung Camcorder SMX-C10 und C14 sind ebenfalls mit dem um 25° geneigten Objektiv mit Schutzglasabdeckung ausgestattet. Zudem zeichnen sie sich durch ein einzigartiges Erscheinungsbild aus, denn beim Gehäuse setzt Samsung changierende Lichteffekte wie bei der erfolgreichen Crystal TV Serie ein.

Beide neuen Camcorder speichern die bewegten Bilder auf SD- bzw. SDHC-Karten. Der C14 verfügt zusätzlich über einen internen Speicher mit einer Kapazität von 16 GB – das reicht bei Codec H.264 Komprimierung für mehr als sechs Stunden Videofilmen in Standardauflösung. Mit einer Akku-Laufzeit von zwei Stunden und 40 Minuten halten beide Camcorder auch längere Veranstaltungen gut durch.

Der neue Samsung Camcorder HMX-R10 zeichnet sich durch ein neuartiges Design mit einem um 25° schräg eingebauten Objektiv aus. Das ermöglicht ermüdungsfreies Arbeiten bei freiem Blick auf die zu filmende Szene.

Mamisto stellt neues Instore-Radio vor

Dass rund 70 Prozent der Kaufentscheidungen am PoS getroffen werden, dürfte den Lesern von PoS-MAIL bekannt sein. Dass sich aber durch Instore-Radio laut einer GfK-Studie die Abverkaufszahlen in den Geschäften um rund 27 Prozent gegenüber den Stores ohne Radioprogramm erhöhen, ist sicherlich für viele eine neue Erkenntnis. Und dass die in einem Instore-Radio beworbenen Produkte besonders häufig nachgefragt werden, ist eine weitere interessante Tatsache.

Alle aktuellen Untersuchungsergebnisse zum Thema Instore-Radio wurden in dem neuartigen Instore Radioprogramm Radiolution berücksichtigt, das die Stuttgarter Mamisto GmbH vorgestellt hat. „Radiolution bietet dem Handel eine innovative Werbeplattform für die im Shop angebotenen Markenprodukte“, stellte Mamisto Geschäftsführer Daniel Plapp in einem Gespräch mit PoS-MAIL fest. „Das Radioprogramm kann redaktionell und musikalisch individuell an die Tageszeit, an die Kundenstruktur, zum Beispiel einzelner Filialen, und an die angebotenen Markenartikel angepasst werden. So kann der Handel ein eigenes zielgruppenspezifisches Hörfunkprogramm aufbauen, das Kaufentscheidungen am PoS unterstützt.“

Radiolution bietet ein klassisches, von Profis gestaltetes Hörfunk-Vollprogramm mit hohem redaktionellen Anspruch und einem Musikangebot, das jeweils auf die Kundschaft abgestimmt wird. „Radiolution hat echten Informationscharakter und erreicht dadurch hohe Akzeptanz und Wahrnehmung beim Kunden“, betonte Plapp.

Mamisto Geschäftsführer Daniel Plapp erläuterte das Konzept des neuen Radiolution-Angebots.

Live-Sendungen

Das Programm von Radiolution wird, und das ist der entscheidende Unterschied zu bislang bestehenden Instore-Radio-Lösungen, live gesendet und ist durch den Zugriff auf die Datenbanken der Nachrichtenagenturen von dpa und Reuters top-aktuell. Das Radioprogramm liefert stündlich Weltnachrichten, Wetter- und Verkehrsaussichten. Specials wie Fußball-Bundesliga, Formel1 oder andere Sportevents können optional ins Programm aufgenommen werden – so erfährt der Kunde am PoS sofort, wenn etwas Wichtiges passiert. Händler erhalten von Mamisto ein individuelles Jingle-Paket, das auf die Unternehmens-CI abgestimmt ist. Plapp: „Mit Radiolution haben Händler ihr eigenes echtes Radio in ihrem Shop.“

Radiolution liefert drei Hörfunkprogramme per Livestream: ein Verbraucherorientiertes Programm, moderiert und mit stündlichen Nachrichten, sowie einen Lounge- und einen Best-of-Channel. Optional wird auch ein Programm zur Motivation der Mitarbeiter außerhalb der Öffnungszeiten angeboten. Alle Channels werden in CD-Qualität gestreamt. Die Datenrate beträgt 192 kbits als WMA- bzw. MP3-Stream. Das Programm wird ausschließlich in eigenen Studios in Stuttgart produziert. Von dort aus werden die Channels live gesendet. Mamisto installiert vor Ort die erforderliche Hardware, um das Programm empfangen zu können.

Modulares Konzept

Falls der Händler noch keine Beschallung in seinen Shops installiert hat, übernehmen die Stuttgarter auch die Beratung.

Da Radiolution modular aufgebaut ist, wird für jeden Kunden individuell ein für ihn passendes Programm erstellt. Für eine individuelle Vermarktung zur Kostenrefinanzierung steht die Mamisto Partnerfirma Step Advertainment in Esslingen bei Stuttgart zur Verfügung. „Die Händler erhalten von dort zur Abrechnung eine monatliche Statistik über die eingesetzten Werbeformen pro Kunde, in denen detaillierte Informationen zu Woche, Tag, Stunde, Werbeform und Gesamtlaufzeit der Werbeform in Sekunden zu finden sind“, so Plapp.

www.mamisto.de
www.radiolution.de

Musik Kiosk bietet Zugriff auf fünf Millionen Titel

Mamisto hat auch die Einführung eines innovativen Musik Kiosks angekündigt, mit dem der Handel auf Anhieb vom anhaltenden Boom von Musik Downloads profitieren kann. Die Verbraucher können ihre gewünschten Musiktitel mit dem Download direkt auf eine CD/DVD brennen oder auf eigene USB-Geräte, MP3-Player, Handys und die gängigen Speicherkarten übertragen. „Mit der Installation dieses neuartigen Kiosks hat der Handel sofort den Zugang zu über fünf Millionen Musiktiteln und er erhält damit die Rechte dieser Titel für ganz Europa. Das alles auf einer sehr kleinen Fläche, im Vergleich zu der, die der Handel für eine entsprechende Menge CDs bereitstellen müsste“, betonte Mamisto Geschäftsführer Daniel Plapp. Mamisto wird den Musik Kiosk in Zusammenarbeit mit NEO Products UK auf dem deutschen Markt einführen. Für den Einsatz des Mamisto Musik Kiosks hat der Handel zwei Möglichkeiten: Eine modulare Netzwerklösung mit einem Digital Media Center im Mittelpunkt und eine preiswerte und kompakte Standalone-Lösung, die sich vor allem für den Einstieg eignet. www.mamisto.de

IT

Microsoft Hardware bereit für Windows 7

Alle Produkte von Microsoft Hardware sind schon jetzt Windows 7-ready, so dass Anwender sowie Tester die Peripherieprodukte von Microsoft Hardware problemlos mit dem neuen Betriebssystem nutzen können. Die Redmonder hatten bei der Entwicklung der eigenen Mäuse, Tastaturen und Webcams auch die optimale Anbindung an das neue System im Blick. So sind die mehr als 75 Einzelprodukte ideal auf die verschiedenen Anwendungen und Features von Windows 7 abgestimmt. Anwender können daher sichergehen, dass bei einem Wechsel zu Windows 7 ihre Microsoft Hardware perfekt mit der neuen Software zusammenarbeitet – und hilfreiche Funktionen bietet, um die Möglichkeiten von Windows 7 bequem zu nutzen.

www.microsoft.com/germany/hardware

Belkin macht es Notebooks bequem

Belkins CushDesk macht das Arbeiten mit mobilen Computern einfacher und angenehmer. Der ergonomische Formfaktor verbessert die Arbeitshaltung und erhöht den Schreibkomfort, während das Kissen die Wärme des Gerätes aufnimmt und dafür Sorge trägt, dass heiße Oberschenkel der Vergangenheit angehören. Für das CushDesk hat Belkin hochwertige Materialien verwendet. Die Oberfläche besteht aus pflegeleichtem Kunststoff, der Wärme gut aufnimmt, robust gegen Kratzer ist und sich einfach reinigen lässt. Ein zusätzlicher Kunststoffstreifen verhindert das Abrutschen des Rechners als zusätzliche Sicherheit. Mit Abmessungen von 44,5 x 34,5 x 4 cm eignet sich das Kissen für PC- und Mac Laptops bis 17 Zoll Monitorgröße und lässt sich dennoch leicht verstauen.

www.belkin.de

dLAN CheckBOX von devolo

Mit der dLAN CheckBOX stellt die Aachener devolo eine neue Breitband-Komplettlösung für den Hospitality-Bereich vor. Bei der Netzwerk-Lösung handelt es sich um eine Homeplug-Infrastruktur, die sich aufgrund der Nutzung bestehender Hausverkabelung kostengünstig installieren lässt. Dank des modularen Hardware-Aufbaus lassen sich beispielsweise über den dLAN 200 AVpro host wireless N auch WLAN-Zonen in Gebäuden einrichten. So können alle Zimmer mit Breitband-Web-Inhalten versorgt werden. Das integrierte Abrechnungsmodul dLAN CheckBOX ermöglicht eine einfache Abrechnung von Internetzugängen und wird gleichzeitig den gesetzlichen Anforderungen an die Datenspeicherung gerecht. Durch die Integration in bestehende Hotelmanagementsysteme (PMS) geht die Software-Einbindung problemlos vonstatten.

Somit sorgt die dLAN CheckBOX auch für eine kurzfristige Refinanzierung der Investition in eine Homeplug-Lösung.

www.devolo.de

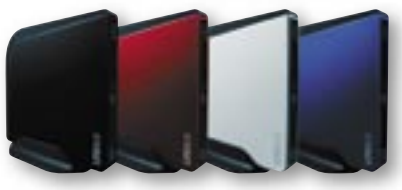
Home-Server Acer Aspire easyStore H340

Der neue Home-Server Acer Aspire easyStore H340 richtet sich an Privatanwender, die den steigenden Speicherbedarf – insbesondere im Hinblick auf die Verwaltung digitaler Medieninhalte – mit einer kostengünstigen und anwenderfreundlichen Lösung abdecken möchten, die zugleich hohe Datensicherheit gewährleistet. Mit dem Gerät kann eine zentrale

„Privatbibliothek“ digitaler Inhalte realisiert werden. Urlaubsfotos, Videos und Musiktitel können nun zusammen aufbewahrt und zentral verwaltet werden. Dabei können digitale Medieninhalte direkt über verschiedene Anwendungen oder auf DLNA-kompatible Geräte wie Spielekonsolen gestreamt werden. Das Gerät bietet Platz für bis zu vier 3,5 Zoll Hot-Swap-Festplatten mit einer maximalen Gesamtkapazität von bis zu 4 TByte. Frontseitig verfügt der neue Home-Server über einen USB 2.0-Port. Rückseitig besitzt das Gerät einen eSATA-Anschluss und vier USB 2.0-Ports. Die Integration ins lokale Netzwerk wird über Gigabit Ethernet realisiert. www.acer.de

Slim DVD-Brenner von Lite-On

Zum Betrieb des DVD-Brenners Lite-On eSAU108 benötigt der Anwender keinen Stromadapter, da das Gerät den Strom direkt über das USB-Kabel vom PC bekommt. Die meisten Notebooks liefern genug Strom, um das Laufwerk über einen USB-Port zu versorgen. Smart USB-Power Detection zeigt, ob zum Betrieb des Laufwerks ein oder zwei USB-Ports benötigt werden. Dafür ist der Brenner mit einem Y-Kabel mit zwei USB-Verbindungen am einen und einem Mini-USB-Anschluss am anderen Ende ausgestattet. www.liteonit.eu



Spielekonsolen • Software • Games

Sony CEE: Sony PlayStation und ABT Sportsline starten mit eigenem Team

Vollgas am Ring

Zwischen dem 21. und dem 24. Mai 2009 dominiert am Nürburgring wieder der Geruch von Gummi und Benzin, wenn die 37. Auflage des 24h-Klassikers auf der Nordschleife gestartet wird. Erstmals geht Sony PlayStation in Kooperation mit ABT Sportsline mit einem eigenen Team an den Start.

Mitten drin im Motorengeheul ist Sony Computer Entertainment Deutschland (SCED) und präsentiert auf der legendären „Nordschleife“ in der 400 m² großen GT-Erlebniswelt die PlayStation 3-Rennsimulation Gran Turismo 5 Prologue.
Für reichlich Unterhaltung ist am PlayStation Truck sowie auf dem GT Trailer gesorgt, wo zahlreiche Wettbewerbe auf die Fans warten. Zusätzlich werden einige spektakuläre Fahrzeuge die Blicke der Zuschauer auf sich ziehen, darunter der KTM X-Bow („Crossbow“) oder der speziell für PlayStation angefertigte Audi TT-Fahrsimulator.

Uwe Bassendowski: „Dieser Event ist die ideale Plattform für GT5 Prologue, da hier Rennsportfans aus aller Welt zusammenkommen.“

„Die enge und sehr fruchtbare Partnerschaft zwischen Gran Turismo und dem 24h-Rennen am Nürburgring ist in den vergangenen Jahren immer weiter gewachsen“, sagt Uwe Bassendowski, Managing Director bei Sony Computer Entertainment Deutschland.
„Dieser Event ist die ideale Plattform für GT5 Prologue, da an diesem Wochenende Rennsportfans aus aller Welt hier zusammenkommen, um die unnachahmliche Rennatmosphäre zu genießen und gemeinsam Spaß zu haben. Ganz besonders freuen wir uns, in Kooperation mit ABT Sportsline in diesem Jahr auch erstmals ein ambitioniertes Team unterstützen zu dürfen. Mit dem kraftvollen Audi R8 LMS und der Erfahrung von Christian Abt und den weiteren Piloten hat das Team Potential, beim 24h-Klassiker am Nürburgring für eine Überraschung zu sorgen.“

Während sich die PlayStation-Fans im Rennsimulator mit ihren Gegnern messen, gibt das Sony PlayStation/ABT Sportsline Team auf der echten Nordschleife Gas. Hinter dem Steuer des neuen Audi R8 LMS werden sich Christian Abt, Jean Francois Hemroulle, Pierre Kaffer und Lucas Luhr abwechseln. In dieser Besetzung hat das Team bereits bei ersten Härtetests durch einige Achtungserfolge aufhorchen lassen. Mit dem nötigen Quentchen Glück ist das Team beim Klassiker am Ring vielleicht sogar für eine Überraschung gut.

In diesem Jahr präsentiert sich die GT Area im historischen Fahrerlager noch größer und actiongeladener. Auf über 400 m² dreht sich alles um das Playstation 3-Highlight Gran Turismo 5 Prologue. Auf der echten Nordschleife kämpft das Sony PlayStation/ABT Sportsline-Team um den Sieg beim 24-Stunden-Rennen.

www.playstation.de

Nintendo: Eine Konsole begeistert die Welt

Vom Game Boy zum DSi

Was vor 20 Jahren mit dem Siegeszug des Game Boy durch die Kinderzimmer dieser Welt begann, ist heute zu einem allgemeinen Freizeitspaß für Menschen jedes Alters und jeder Spielerfahrung geworden. Mit dem DSi, dem neuesten Modell des tragbaren Videospiel-Systems, tritt das mobile Gaming in eine neue Phase.

Der Siegeszug des Game Boy begann zwar in den Kinderzimmern – aber als er 1989 auf den Markt kam, stürzten sich auch Erwachsene begeistert auf die tragbare Konsole. Denn sie machte anspruchsvolle Videospiele, wie es sie bis dahin nur für TV-gebundene Geräte gegeben hatte, überall und jederzeit zugänglich. „Tetris“ verhalf 1990 in Deutschland dem mobilen Videospiel zum Durchbruch. Bis heute gingen der Game Boy und seine Nachfolgemodelle weltweit rund 120 Millionen Mal über die Ladentische.
Dass der Vater aller Handhelds in der schnell getakteten Videospielbranche so lange überlebt hat, verdankt er seiner stetigen Weiterentwicklung. So wandelte er sich 1996 zunächst zum deutlich schlankeren und leichteren Game Boy Pocket; seit 1998 verfügte er als Game Boy Color über einen Farbbildschirm; und das Modell Game Boy Advance, das 2001 erschien, bot den Gamern ebenso viel Rechnerpower wie die TV-Konsolen der ersten Generation.
Mit der Neuentwicklung des Nintendo DS im Jahr 2005 sollten nun auch Mädchen und Erwachsene für den Freizeitspaß des Computerzeitalters begeistert werden. Über seinen Touchscreen und sein integriertes Mikrofon ermöglicht er die Spielesteuerung durch einfache Berührung oder Spracheingabe, was den Bedürfnissen der Zielgruppe entsprach. Nach dem Nintendo DS Lite im Jahr 2006 ist in diesem Jahr, 20 Jahre nach dem ersten Game Boy, der Nintendo DSi auf den Markt gekommen. Er ist flacher und leichter als seine Vorgänger, hat eine höhere Speicherkapazität, größere Bildschirme sowie zwei integrierte Kameras. Darüber hinaus können über 1.000 Nintendo DS-Titel auf der neuen Konsole gespielt werden. Schon jetzt darf man auf die ersten DSi-Titel gespannt sein. www.nintendo.de

Microsoft: Einfaches und direktes Zusatzgeschäft

Mehr Farbe beim Zubehör

Für die kommenden Jahre wird im IT-Zubehörsegment ein Wachstum im zweistelligen Bereich erwartet. Besonders im Notebook-Bereich erfreuen sich Mäuse immer größerer Beliebtheit. Dabei spielen neben Qualität und Funktionalität zunehmend Design sowie Farbe bei der Kaufentscheidung eine große Rolle.

In den 27 Jahren ihres Bestehens hat Microsoft Hardware kontinuierlich an der Maus-Technologie gearbeitet und so bereits 1999 die erste optische Maus vorgestellt. Im Jahr 2006 präsentierte das Unternehmen die High Definition Laser Technologie, mit der die Mäuse Oberflächen erkannten, die für die optische Technologie nicht erfassbar waren.

Ebenso wichtig für die Akzeptanz von Mäusen ist das Design. Immer mehr Anwender erkennen, dass Design nicht nur etwas mit hübschem Aussehen zu tun hat, sondern entscheidend für angenehmes und ermüdungsfreies Arbeiten ist. Darüber hinaus sind die meisten Anwender das übliche grau/schwarze Einerlei leid und wünschen sich mehr Farbe am Arbeitsplatz. Im letzten Jahr gingen rund 10 Millionen Mäuse über die Ladentheke – Tendenz steigend. Eine der Hauptursachen hierfür ist der permanent steigende Notebook-Absatz. Besonders die Kategorie Notebook-Mäuse wächst dabei im Vergleich zu Desktop-Mäusen überproportional. Studien haben ergeben, dass Anwender ihre Notebooks mittlerweile fast überall dabei haben und ihre Rechner nicht mehr nur am Schreibtisch nutzen. PC-Nutzer, die oft unterwegs sind, erwarten von ihrer PC-Ausstattung höchsten Komfort und Zuverlässigkeit, außerdem soll sie überall und jederzeit einsetzbar sein.

Ungebremstes Wachstum

„Trotz bereits guter Absatzzahlen ist ein Ende des Wachstums im Zubehörgeschäft nicht zu erwarten“, ist sich Andrea Berting, Product Marketing Manager Entertainment & Devices, sicher. „Gerade bei Mäusen schaffen sich die Anwender eher eine zweite für den Schreibtisch zu Hause und sogar dritte Maus für die Tasche unterwegs an. Hinzu kommt, dass viele Kunden auch ein besonders repräsentatives und außergewöhnliches Design suchen.“

Für den Händler ergeben sich dadurch enorme Verkaufspotentiale, die jedoch selten genutzt werden. Jeder Kunde, der ein Notebook kauft, benötigt in der Regel auch eine Maus. Microsofts Wireless Mobile-Mäuse sind stylische, zuverlässige und kompakte Präzisionswerkzeuge. Je nach Einsatzzweck arbeiten diese per Funk oder mit der neuen BlueTrack-Technologie. Allen gemeinsam sind kleine USB-Dongle, die bei Nichtgebrauch in einer Aufnahme an der Unterseite der Mäuse verschwinden und diese dann gleichzeitig stromlos schalten.

Im Handel sollten Mäuse direkt neben den angebotenen Notebooks platziert werden. Für die richtige Präsentation stellt das Channel Marketing von Microsoft besondere Aufsteller zur Verfügung, mit denen sich vier bis fünf Mäuse direkt an Ort und Stelle platzieren lassen. So wird der Endkunde unmittelbar auf das notwendige Zubehör aufmerksam gemacht, ohne dass der Verkäufer unbedingt darauf hinweisen muss. Hinzu kommt, dass die Mobile Wireless Mouse 3000 bereits für 29,99 Euro zu haben ist und damit schon in den Bereich der Mitnahmeprodukte fällt.

www.microsoft.com/germany/hardware

Die Microsoft Wireless Mobile Mouse 3000 vereint ansprechendes Bicolor-Design in vier trendigen Farbkombinationen mit kabelloser Freiheit und kompakten Abmessungen. Die sowohl für Rechts- als auch Linkshänder geeignete Maus liegt dank gummierter Gehäuseflanken überaus gut in der Hand.

Mit der richtigen Platzierung der Microsoft Mäuse lässt sich eine kundenfreundliche und aufmerksamkeitsstarke Präsentation erreichen, die zum Kauf animiert. Spezielle Aufsteller, mit denen sich bis zu fünf Mäuse neben den Notebooks aufstellen lassen, sind über Microsofts Channel Marketing erhältlich.

Wireless Mobile Mouse 3000

KERNARGUMENTE

- Maus mit 27-MHz-Technologie und 2 Meter Reichweite
- Erhältlich in fünf Farben
- Gummierte Gehäuseflanken für hohen Bedienkomfort
- Kompakter Snap-In-Receiver verschwindet im Gehäuseboden
- Batteriestands-Anzeige warnt vor erschöpften Batterien
- Leichtgängiges Scrollrad und vier frei belegbare Tasten
- Symmetrische Gehäuseform für Rechts- und Linkshänder
- High Definition Optical Technology mit 1.000 dpi Auflösung

Wireless Mobile Mouse 6000

KERNARGUMENTE

- Kabelloser Bedienkomfort mit 2,4-GHz-Funktechnologie und 10 Meter Reichweite
- BlueTrack-Technologie für präzises Arbeiten auf nahezu allen erdenklichen Oberflächen
- Batteriestands-Anzeige warnt vor erschöpften Batterien
- Kompakter Nano-Receiver mit Parkplatz im Gehäuseboden
- Edles Gehäuse mit gummierten Flanken und Chrom-Applikationen
- Fünf frei belegbare Tasten, 4-Wege-Scrollrad und Lupentaste

Arc Mouse

KERNARGUMENTE

- Kabelloser Bedienkomfort mit 2,4-GHz-Funktechnologie mit 10 Meter Reichweite
- Designergehäuse
- Innovativer Klappmechanismus reduziert die Größe der Arc Mouse um 40 Prozent
- Laser Technology mit 1.000 dpi Auflösung für höchste Präzision
- Leichtgängiges Scrollrad und vier frei belegbare Tasten
- Symmetrische Gehäuseform für Rechts- und Linkshänder
- Batteriestands-Anzeige warnt vor erschöpften Batterien

Täglich frische News: www.pos-mail.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
IBAN: DE35 36010043016456543 8,
BIC: PBNK DE FF

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

Anzeigen: Ralf Gruna
Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 10 v. 1. Januar 2009

Layout und Herstellung:
Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräßel

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

PoS-MAIL **Anzeigenmarkt**
Garantierte Auflage monatlich 15.500 Exemplare

NO(?)SENSE

Premium mit Geschmack

Fallende Preise sind ärgerlich für den Einzelhandel, egal ob es sich um Flachbild-TVs, Digitalkameras, Milch oder Obst handelt. Gefragt sind da Strategien zur Wertsteigerung – ein Beispiel dafür fand die PoS-MAIL-Redaktion im Supermarkt: Erdbeeren 1,99 Euro; direkt daneben: „Geschmacks-erdbeeren“ für 2,39 Euro.

Was lernen wir daraus?
1. Die billigen Erdbeeren sind ohne Geschmack.
2. Das Modell muss sofort auch auf High-Tech-Produkte angewandt werden.

Wer für einen LCD-TV 799 Euro nimmt, sollte für einen Guck-LCD-TV mindestens 899 Euro erlösen können. Und eine Digitalkamera für 99 Euro hat gewiss gegen eine Fotografier-Digitalkamera für 129 Euro keine Chance mehr. Hör-MP3-Player, Abspiel-DVD-Player oder, als Krönung des Ganzen, Computer-Notebooks versprechen endlich steigende Umsätze. Die PoS-MAIL Redaktion empfiehlt, Nägel mit Köpfen zu machen (Kopfnägel sozusagen) und die Premium-Modelle mit Erdbeer-Geschmack anzubieten.

„Wir wollen Musik und Filme mit bester Klang- und Bildqualität genießen. Aber wir wollen keine 5 Lautsprecher in unserem Wohnzimmer.“

Die BOSE® 3•2•1® DVD Home Entertainment Systems

Als **Bose Partner 2000-Fachhändler** bieten Sie Ihren Kunden das große Musik- und Home Cinema-Erlebnis zu Hause mit nur zwei sichtbaren Lautsprechern – ganz einfach auf Knopfdruck.
Dank des HDMI-Ausgangs ist es jetzt sogar noch einfacher, HD-Fernseher anzuschließen. Die BOSE® 3•2•1® Systems können DVDs in Full HD (bis zu 1080p) mit bester Bildqualität wiedergeben.

Product designed by:

reddot design award
design team of the year 2008

Willkommen in der Audio-Zukunft!

BOSE®
Better sound through research®

Bose GmbH • Max-Planck-Str. 36 • D-61381 Friedrichsdorf • Tel.: (06172) 7104-0 • Fax: (06172) 7104-19 • www.bose.de