

POS-MAIL

Juni 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

KÖLN+++20.05.2008+++20.00 Uhr+++KÖLN+++20.05.2008+++20.00 Uhr



PLUS X AWARD



FUNAI
DIGITAL VISUAL ENTERTAINMENT
www.funai.de

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

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

Das Plus X des Fachhandels

Wenn diese Ausgabe von PoS-MAIL erscheint, werden die Sieger des Plus X Awards 2008 bekanntgegeben – die ersten Exemplare gibt es druckfrisch auf der glamourösen Plus X Award Night.

Auch in diesem Jahr werden zahlreiche Produkte aus den Bereichen Consumer Electronics, IT, Telekommunikation sowie Foto und Imaging in den Kategorien Design, Ökologie, Ergonomie, Bedienkomfort und Innovation ausgezeichnet – und zwar genau für die zusätzlichen Merkmale, die sie von der unüberschaubaren Masse der Wettbewerbsprodukte unterscheiden. Diese Merkmale haben die Organisatoren des Awards unter der griffigen Formel „Plus X“ zusammengefasst.

Der Plus X Award, der in wenigen Jahren zu Europas größtem Technologie-Contest geworden ist, ist bekanntlich nicht die einzige Auszeichnung, die führende Hersteller im High-Tech-Markt erringen können. Aber er benennt klipp und klar die Kriterien, die es dem High-Tech-Fachhandel leicht machen, Argumente für seine Verkaufsgespräche zu finden und das Plus X der Produkte in zusätzlichen Umsatz zu verwandeln.

Das geht nicht von selbst – und das ist die gute Nachricht. Denn um das Plus X zu kommunizieren, braucht es die kompetente Beratung durch fachkundiges Verkaufspersonal. Sie wird unterstützt durch die vielfältigen PR-Aktivitäten in den auflagenstarken Medien, die inzwischen Partner des Plus X Awards geworden sind – PoS-MAIL und die Schwesterzeitschrift *imaging+foto-contact* für die Fotobranche waren von Anfang an dabei.

Der Plus X Award gibt den Konsumenten eine wichtige Orientierung über die neuesten Angebote auf dem High-Tech-Markt. Aber die schönsten Innovationen der Hersteller würden wenig nützen, wenn es nicht Verkäuferinnen und Verkäufer gäbe, die diese Produktvorteile den Konsumenten erklären und auf diese Weise einen großen Beitrag dazu leisten, dass sich neue Technologien am Markt durchsetzen. Dafür, das muss auch einmal gesagt werden, hat der High-Tech-Fachhandel eigentlich auch einen Plus X Award verdient.

Herzlichst Ihr



Thomas Blömer
Verleger




Franz Wagner
Objektmanagement

Marketing: Nur begeisterte Kunden kaufen gerne Verkaufen: Mit Awards und ohne!

Seit fünf Jahren zeichnet der Plus X Award für Technologie Produkte in den Bereichen Design, Bedienung, Innovation und Ergonomie aus. Mit den Awards und den erworbenen Zertifikaten versehen die Hersteller ihre Geräte mit den entsprechenden Signets. Dies ist ein ideales Marketingtool, um den Kunden über den Hintergrund der Auszeichnung sowie die Vorzüge des Gerätes aufzuklären und ihn für das Produkt zu begeistern.

Mit 38 kompetenten Partnern und einem Marketingvolumen von über vier Millionen Euro ist der Plus X Award derzeit Europas größter Technologie-, Sport- und Lifestyle-Contest. Zugelassen sind unter anderem Produkte der Bereiche Hausgeräte, IT, Unterhaltungselektronik, Power Tools sowie Mobil- und Fototechnologie. Zum Plus X Award für Sport und Lifestyle sind Produkte der Bereiche Schuhe, Bekleidung, Equipment, Fitnessgeräte und Accessoires zugelassen. Der Wettbewerb wurde als Projekt zur Stärkung der Marke ins Leben gerufen und geht 2008 ins fünfte Jahr seines Bestehens. Verliehen werden Plus X-Siegel für besondere Leistungen in den Kategorien Innovation, Design, Bedienkomfort/Funktionalität, Ergonomie und Ökologie.

Öffentliches Interesse

Mittlerweile ist das Interesse der Öffentlichkeit am Plus X Award deutlich gestiegen, nicht zuletzt begünstigt durch die Übertragungen im Fernsehen. Auch in diesem Jahr wird GIGA-TV die Award-Verleihung als Fernsehsendung ausstrahlen. GIGA Digital Television erreicht via Satellit und digitalem Kabelnetz mit seinem Programm annähernd elf Millionen Haushalte. Abgesehen von zahlreichen weiteren Journalisten, Fotografen und Sendeanstalten, die sich vor Ort um den „Orange Carpet“ versammeln, werden über 600 nationale und internationale Top-Entscheider aus Industrie und Handel erwartet.

Auszeichnungen und Gütesiegel sind für die Hersteller stets ein willkommener Anlass, um den Konsumenten auf einzelne Geräte

aufmerksam zu machen. Richtig in den Regalen platziert, fallen einem die mit einem Signet ausgestatteten Produkte in der Regel zuerst ins Auge. Bei den meisten Endverbrauchern erhöhen Zertifizierungen die Aufmerksamkeit gegenüber den entsprechenden Geräten.

Aufgeklärte Kunden

Doch Siegel oder Bescheinigungen alleine bewegen den Kunden heute selten dazu, ein bestimmtes Gerät zu kaufen. Dafür kommt der Großteil an Klienten zu aufgeklärt und mit zu viel Wissen gespickt zum Händler in den Laden. Der

Verkäufermarkt war gestern, der Käufermarkt ist heute. Mehr denn je ist der Verkäufer vom Kunden aufgrund dessen Vorwissens abhängig. Der moderne Kunde möchte nicht mehr einfach ein Produkt kaufen, sondern er will für dieses begeistert werden. Hier ist der Verkäufer gefordert, die vorhandenen Mittel effektiv einzusetzen.

Der Plus X Award ist eine gute Basis, um die Aufmerksamkeit des Kunden während des Beratungsgesprächs zu erhöhen. Schließlich werden nur aus der Menge herausragende Geräte mit einer entsprechenden Auszeich-

Most Innovative Brand 2007

Die meisten Plus X Award-Siegerprodukte erhalten lediglich ein Siegel in einer Kategorie. Die Plus X-Faktoren zeigen an, dass ein Produkt zusätzlich eine besondere Innovation in sich trägt oder extrem innovativ in Sachen Design, Bedienkomfort, Ökologie und Ergonomie ist. Manche Marken schneiden jedoch besser ab als andere und erhalten in ihrer Kategorie mehrere Preise.

Um diesen Herstellern gerecht zu werden, wurde im Jahr 2006 zur Honorierung ihrer besonderen Markenstärke eine weitere Auszeichnung eingeführt. Sie werden zur „Most Innovative Brand of the Year“ gekürt, eben zur innovativsten Marke innerhalb einer Produktgruppe. Zugrunde liegt die Anzahl der vergebenen Award-Kategorien an die Marke. Damit wird sichergestellt, dass besondere Innovationen auch in den Kategorien



Peter Lanzendorf (l.), Chefredakteur CE&Trade, und Jens Slabig (r.), ehem. Vice President Becker.



Jürgen Imandt, Manager Public Relations von Bose.



Jens Hilgers (l.), ehem. CEO GIGA, und Eric Wijnen (r.), General Manager Packard Bell.



Ralf Hansen (l.), General Manager Panasonic, und Franz Wagner (r.), Objektmanager PoS-MAIL.



Ralf Hansen, General Manager Panasonic, und Lutz Carstens, Chefredakteur TV Spielfilm (r.).



Marion Kamp (l.), Fachjournalistin IT, und Norbert Strixner (r.), Marketingleiter Samsung.

Design, Bedienkomfort, Ökologie und Ergonomie gleichberechtigt in die Gesamtbewertung der höchstdekorierten Marke eingehen. Analog zu den elf Produktgruppen des Plus X Awards gibt es seit 2007 elf Most Innovative Brands. Eine besondere Ehre, denn die innovativsten Marken des Jahres werden transparent durch die fachkundige Jury des Plus X Awards ermittelt.

Die fast elf Kilogramm schwere Trophäe, ihre schlichte Eleganz und die Reduktion auf das Wesentliche machen die Skulptur zeitlos wie die Anforderungen des Plus X Awards: Hochwertige Materialästhetik und Verarbeitung verkörpern den Wert der Marke.



nung belegt. Im Verkaufsgespräch sollten die Hintergründe der Auszeichnung kurz erläutert werden, ohne dass es für den Kunden aufdringlich erscheint. Die Kunst ist es, die Bedürfnisse, Wünsche und Träume seines Kunden schnell zu erkennen. Ist dies geschehen, sollte man alles daran setzen, diese zu erfüllen. Natürlich lassen sich nicht alle Interessenten gerne beraten, denn laut Kundenbefragungen gehen rund 40 Prozent mit einer festen Vorstellung in den Laden, welches Produkt sie kaufen wollen. Diese wollen höchstens in ihrer Meinung bestätigt werden. Bereits 30 Prozent der Kunden kommen in ihr Ladenlokal und sind zwar informiert, haben sich aber noch nicht für eine Marke oder ein spezielles Gerät entschieden. Diese sind in der Regel gerne bereit, sich auf ein Beratungsgespräch einzulassen.

Großes Beratungspotential

Die verbleibenden 30 Prozent der Kunden sind dem engagierten Verkäufer im Grunde die liebsten, doch auch die schwierigsten. Sie kommen in das Geschäft, ohne sich zuvor auf dem Markt umgesehen zu haben. Diese erwarten von „ihrem“ Verkäufer die klassische Beratungsleistung, angefangen bei der Analyse des Bedarfs über die Vorauswahl in Frage kommender Produkte bis zur Hilfestellung bei der finalen Entscheidung für ein bestimmtes Gerät. Um hier dem Verbraucher das Gefühl geben zu können, sich für das richtige entschieden zu haben, kommt der Plus X Award als Auszeichnung für technologisch herausragende Produkte genau richtig. Doch nicht nur das Personal entscheidet über Erfolg oder Misserfolg eines Kundengesprächs. Auch die Gestaltung des Ladenlokals spielt eine große Rolle, wenn es darum geht, dem Besucher eine Atmosphäre zu bieten, in der er sich wohlfühlt. Denn bereits der erste Eindruck beim

Betreten der Geschäftsräume ist entscheidend für alle weiteren Aktionen. Nicht nur die Einrichtung an sich oder ein aufgeräumt wirkendes Verkaufsumfeld lösen beim Kunden positive Stimmungen aus, sondern auch die Anordnung der Waren in den Regalen, Vitrinen oder Ausstellungsflächen.

Produkte richtig anordnen

Bei der Raumoptimierung gilt es, die aufmerksamkeitsstarken Zonen in einem Geschäft perfekt zu nutzen. Tendenziell bewegt sich der Konsument im Outlet gegen den Uhrzeigersinn. Dabei schenkt er den Regalen an den Außenwänden rechts vom Kundenstrom die größte Beachtung. Mittelgängen und Regalen links vom Konsumentenstrom wird ebenso wie Eingangszonen deutlich weniger Aufmerksamkeit gewidmet – im Gegensatz zur Kassenzone, die aufgrund längerer Verweildauer zu Impulskäufen anregt. Kopfseiten von Regalgondeln und Flächen, auf die der Kunde automatisch zugeht, erregen ebenfalls sein Interesse.

Es gilt, diese Erkenntnisse für die Raumgestaltung zu nutzen. So



Das Signet des Plus X Awards ist aufmerksamkeitsstark und eignet sich besonders gut als Werbebotschafter für die ausgezeichneten Produkte. Der Award wird in den fünf Kategorien Innovation, Design, Bedienkomfort/Funktionalität, Ergonomie und Ökologie verliehen.

können aufmerksamkeitsschwache Zonen durch die Platzierung von gesuchten Produkten aufgewertet werden. Eine Platzierung der gesuchten Artikel in der Ladenmitte führt beispielsweise zu einem gleichmäßigeren Konsumentenstrom. In aufmerksamkeitsstarken Zonen hingegen lassen sich durch Impulsprodukte Zusatzkäufe generieren. Auf Basis dieser Erkenntnisse hat Panasonic Batteries einen Leitfaden für die Bestückung von Regalwänden entwickelt, um den bestmöglichen Umsatz generieren zu können.

Der Kunde möchte verwöhnt werden

Am PoS besteht von jeher ein Konflikt zwischen begrenztem Raum und hoher Produktauswahl. Hierbei gilt es, die Interessen dreier Zielgruppen zu vereinen: Der Handel hat seine begrenzte Fläche im Blick, der Hersteller möchte sein Sortiment adäquat platzieren und der Käufer legt Wert auf Übersichtlichkeit und eine attraktive Optik. Die Interessen der Käufer werden dabei immer wichtiger. Das Konsumentenverhalten lässt sich prägnant auf den Punkt bringen: Der Käufer bückt und reckt sich nicht gerne, seine Blick- und Grifforientierung geht eher nach rechts.

Hinzu kommt, dass die Regalmitte deutlich stärker beachtet wird als die Randbereiche. Will man den Blick gezielt auf bestimmte Artikel richten, so sollten diese mehrfach neben- oder übereinander angeordnet werden, um das Interesse des Kunden zu wecken.

Dieses Kundenverhalten führt zu einer vertikalen und horizontalen Einteilung des Regals in sogenannte „heiße und kalte Zonen“. Vertikal lässt sich ein Regal einteilen in die Reckhöhe (höher als 160 cm), Sichthöhe (120 bis 160 cm), Griffhöhe (80 bis 120 cm) und Bückhöhe (niedriger als 80 cm einschließlich der Schüttele). Dabei nimmt die Sichthöhe für den Konsumenten die mit Abstand höchste Wertigkeit ein, gefolgt

von der Griffhöhe. Horizontal wird ein Regal in das linke Regaldrittel (niedrige Wertigkeit), die Regalmitte (hohe Wertigkeit) sowie das rechte Regaldrittel (mittlere Wertigkeit) differenziert. In der „heißen Zone“ des Regals werden hochwertige Impulsartikel platziert, während sich in „kalten Zonen“ wie zum Beispiel der Bückhöhe im linken Regaldrittel gesuchte Artikel wiederfinden. Bei allen gestalterischen oder psychologischen Elementen ist und bleibt der qualifizierte Verkäufer der Mittelpunkt eines funktionierenden Unternehmens. Ohne

ihn und sein Fachwissen lassen sich die immer ausgefeilteren, mit neuesten Technologien angereicherten Geräte nicht mehr an den Kunden bringen.

Die Hersteller sind gut beraten, sich in Zukunft noch mehr um den Handel zu bemühen und ihn mit direkt am Point of Sale einsetzbaren Materialien zu unterstützen. Schulungen und Trainings sind die Grundlage für eine nachhaltige Wissensbasis, doch den „Spickzettel“ für das Verkaufsgespräch, die schnelle Argumentationshilfe, können diese nicht ersetzen.

POS-MAIL INHALT

Aktuell ... 4, 46, 52

Panasonic: Neue Display-Serien erfüllen Kundenwünsche ... 6



Sony setzt mit „draw the LINE“ auf die Kraft der Bilder ... 7

Displays ... 10

Unterhaltungselektronik ... 12

LGE macht mit Scarlet die Marke zum Erlebnis ... 14



IFA ist der globale Handelsplatz für starke Marken ... 15

Euronics: Wettbewerbsvorteil durch Qualität ... 16



Satellitentechnik ... 22

Home Entertainment mit Stil von Philips ... 23

Selbstkonfektionierbarer HDMI-Stecker von Oehlbach ... 30



Umfangreiches Partnerportal für GN Netcom-Händler ... 30

High End – Die Formel Eins des guten Klangs ... 32



Navigation ... 34

Panasonic: Strada wird strategische Kategorie ... 36

Vernetzung wird für Agfeo immer wichtiger ... 38

Telekommunikation ... 40, 46

Herweck lädt zur sechsten „Perspectives“ ... 42

E-Plus setzt auf Erfolg durch „Offensive 08“ ... 44

MP3 ... 48

Informationstechnologie ... 50, 52

BenQ 24-Zoll-Display: Magie der Asymmetrie ... 51

Games ... 53

Kleinanzeigen ... 54

No(?)sense ... 54

Impressum ... 54

PoS Aktuell

Philips mit neuem Vertriebsleiter

Seit dem 1. Mai 2008 hat Kai Hillebrandt (39) die Vertriebsleitung für Deutschland, Österreich und die Schweiz bei Philips Consumer Lifestyle übernommen. Er tritt damit die Nachfolge von Henrik Köhler (50) an, der, wie bereits bekannt gegeben, die Geschäftsführung des Unternehmensbereiches übernimmt. Kai Hillebrandt startete 1998 seine Karriere bei Philips und war bis heute in verschiedenen leitenden Positionen des Marketings tätig.



Kai Hillebrandt

Olivier Sogno (33) hat als Direktor TV die Nachfolge von Kai Hillebrandt angetreten und bleibt Mitglied des Management Teams. Gleichzeitig wird er wie schon zuvor auch als Primus inter Pares die verschiedenen Marketingbereiche von Consumer Lifestyle koordinieren und als Area Marketing Officer eine Koordinationsfunktion für das Marketing aller Philips Sparten in DACH, also auch für Licht und Medizinsysteme, wahrnehmen. Zuvor war er als Direktor Customer Marketing für Health & Wellness verantwortlich.



Olivier Sogno

Schiller jetzt Director Mobile bei Pioneer

Stefan Schiller, seit 1997 bei der Pioneer Electronics Deutschland GmbH beschäftigt und seit 1.2.2005 als nationaler Vertriebsleiter für Car Entertainment Produkte tätig, wurde mit Wirkung vom 1.4.2008 zum Director der Mobile Entertainment Business Group befördert. In dieser Funktion zeichnet er ab sofort für die strategische Ausrichtung des Vertriebs der Pioneer Car Entertainment Produkte verantwortlich. In der Funktion als Vertriebsleiter Car Entertainment war Stefan Schiller in erster Linie für die Entwicklung der fachhandelsorientierten Vertriebspolitik der Produktgruppen Car Audio und Car Navigation im deutschen Markt zuständig.



Stefan Schiller

Epson verstärkt Home Cinema Bereich

Rainer Funke (54) ist neuer Key Account Manager Home Cinema bei Epson und übernimmt den Vertrieb für die ProHC Partner Region Nord mit dem Ziel, die Kontakte zu den Partnern zu vertiefen und auszubauen. Er berichtet in seiner neuen



Rainer Funke

Position an Michael Arnold, Epson Manager Corporate Accounts. Der gelernte Informationselektroniker Funke war seit 1990 als freier Handelsvertreter unter anderem für Canton, Jamo, Elac, Infocus sowie für Mitsubishi Electric Europe tätig.

www.epson.de

JVC mit neuem Geschäftsführer

Seit dem 1. April 2008 ist Makoto Ishii (49) Geschäftsführer der JVC Deutschland GmbH. Ishii war zuletzt Geschäftsführer der JVC Niederlassung in Russland und des Moscow Representative Office der JVC International (Europe) GmbH. Innerhalb seines 25jährigen Werdegangs bei der Victor Company of Japan (JVC) blickt er auf eine siebenjährige Erfahrung in Deutschland im Management zurück. Gleichzeitig ist Masayuki Horikoshi (54) aus der deutschen Geschäftsleitung ausgeschieden und ist Präsident der JVC Europe Ltd. in London.



Makoto Ishii

www.jvc.de

Samsung erweitert Vertriebsmannschaft

Für den weiteren erfolgreichen Ausbau des B2B-Geschäfts stockt Samsung sein Team im Bereich Monitore und Large Format Displays weiter auf. Jörg Ocken (45) betreut als Sales Manager seit Anfang April den Bereich der Large Format Displays. Damit unterstützt er zukünftig Dirk Schäfer, der bisher den gesamten Bereich Digital Signage und Large Format Displays bei Samsung als Sales Manager alleine verantwortet hat.



Jörg Ocken

www.samsung.de

Führungswechsel bei Electronic Arts

Dr. Olaf Coenen (36) ist neuer Geschäftsführer von Electronic Arts (EA) Deutschland. Damit übernimmt er die Verantwortung für einen der größten Märkte für Computer- und Videospiele. Außerdem verantwortet er die Geschäfte in Österreich. Der bisherige Geschäftsführer Thomas Zeitner verlässt nach über fünf Jahren erfolgreicher Arbeit für EA das Unternehmen. Nach unterschiedlichen beruflichen Stationen startete Coenen seine Karriere bei EA im Jahr 2005. 2006 wechselte er in die Europa-Zentrale nach Genf und war dort lange Zeit als Director Business Development für die Auswahl der Spiele verantwortlich.



Dr. Olaf Coenen

www.electronicarts.de

ALPINE
Mobile Media Solutions

ex-10 iPod-Anbindung der Extraklasse!

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

Bluetooth

Mehr Infos unter www.alpine.de

Kaltner leitet Premiere Marketing und Vertrieb

Der Aufsichtsrat der Premiere AG hat Oliver Kaltner (39) zum neuen Marketing- und Vertriebsvorstand der Premiere AG bestellt. Kaltner wechselt von der Sony Deutschland GmbH zu Premiere und übernimmt den Vorstandsbereich Marketing & Sales zum 1. Juli 2008, der bisher direkt beim Vorstandsvorsitzenden Michael Börnicke geführt wurde.



Oliver Kaltner

www.premiere.de

BenQ schult Heimkino-Fachhändler

BenQ bietet eine exklusive Schulung zum Thema ISF (Imaging Science Foundation) für Heimkino-Fachhändler an. Das Training findet unter der Leitung von Raphael Vogt als eintägige Veranstaltung mit theoretischem und praktischem Teil nach Düsseldorf in den Städten Berlin (26.5.2008), Hamburg (2.6.2008) und München (16.6.2008) statt. Thema der Veranstaltung ist die Farbkalibrierung von Full-HD-Projektoren am Beispiel der High-End-Heimkino-Serie (W5000 und W20000) von BenQ. Zusätzlich haben die Teilnehmer die Möglichkeit, die BenQ-Projektoren W5000 und W20000 sowie das Vermessungssystem Colorfacts der Firma Datacolor AG zu Sonderkonditionen zu erwerben. Weitere Informationen sowie das Anmeldeformular auf der Website

www.benq.de

Sonys Ziel ist die Marktführung

Zum Ausklang des Monats April schreckte das US-amerikanische Marktforschungsunternehmen DisplayBank rund um den Globus die Marktteilnehmer mit der Meldung auf: „... dass Sony vermutlich schon in den kommenden Monaten einen intensiven Preiskrieg bei Großformat-LCD-TVs eröffnen werde, was die Wettbewerber ihrerseits mit einer aggressiven Preisstrategie beantworten würden.“ Von „PoS-MAIL“ um eine Stellungnahme zu dem Bericht von Display-

Bank gebeten, leitete uns Sony nachfolgendes Statement von Jeffrey van Ede, Geschäftsführer Sony Deutschland, zu:

„Sony plant keine Preisanpassungen bei LCD-TV, die zu einem Preiskampf in diesem Segment führen könnten. Für Sony Deutschland sprechend, distanzieren sich somit von den Spekulationen des US Marktforschungsinstituts DisplayBank. Sony hat im Geschäftsjahr 2007 rund 10 Millionen Bravia LCD-Fernseher weltweit verkauft und avisiert einen Marktanteil von 15–20%, mit dem Ziel, führender Hersteller im Bereich TV zu sein. Das klare Ziel von Sony Deutschland ist



Jeffrey van Ede

es, seinen Marktanteil in Deutschland zu steigern. Allerdings werden wir keine Marktanteile kaufen. Stattdessen verfolgen wir unsere Wachstumsziele auf nachhaltige Art und Weise, indem wir in unsere Marke investieren und unsere Handelspartner unterstützen. Sony ist und wird immer eine Marke bleiben, die den Markt antreibt. Die Erfolgsgeschichte ist erwiesenermaßen vorhanden durch

zahlreiche Innovationen, mit denen wir den Markt kontinuierlich und positiv stimulieren. Gemäß unserer Unternehmenswerte wie Verlässlichkeit und einem hohen Qualitätsanspruch an unsere Produkte hinsichtlich Design, Funktionalität und Langlebigkeit bieten wir einen Mehrwert, der unseren Premiumpreis begründet und rechtfertigt. Jede Preisanpassung, egal ob bei LCD oder in anderen CE-Segmenten, geschieht immer in Übereinstimmung mit unserem hohen Marken- und Produktwert und vor dem Hintergrund, diesen zu erhalten.“

www.sony.de

GN Netcom kooperiert mit Ingram Micro

Ingram Micro vermarktet ab sofort das Jabra-Portfolio von professionellen Headset-Lösungen für Contact Center und Büroumgebungen bis zu Bluetooth-Produkten für die Mobiltelefonie. Ergänzend zur Unterstützung durch Ingram Micro haben Händler Zugriff auf die Vertriebs- und Marketingservices von GN Netcom. So stehen ihnen im Partner-Portal eine umfangreiche und stets aktualisierte Bilddatenbank, Anschlussübersichten für Telefonanlagen sowie umfassende Verkaufs-, Marketing- und Produktunterlagen kostenlos zum Download zur Verfügung.

www.jabra.com

High-Tech-Branche legt europaweit zu

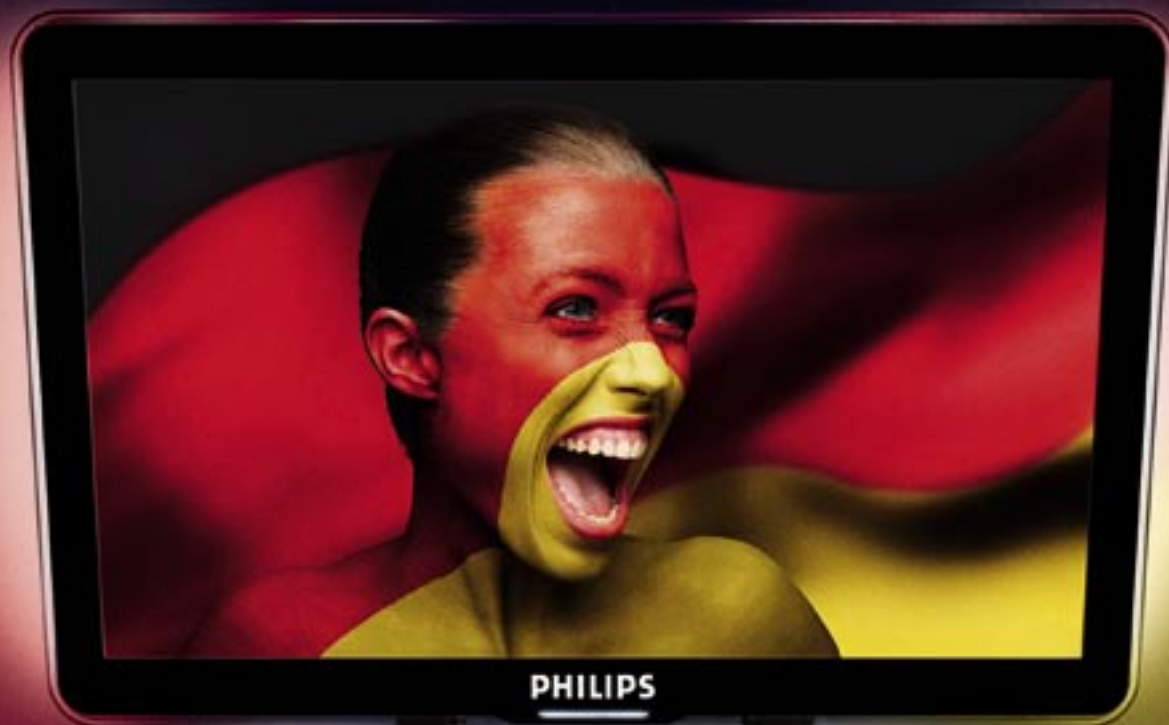
Die ITK-Industrie legt in ganz Europa weiter zu. Der europäische Markt für IT, Telekommunikation und digitale Unterhaltungselektronik wird dieses Jahr laut Bitkom voraussichtlich um drei Prozent auf 761 Milliarden Euro wachsen. In der EU erwartet der Verband für 2009 ein weiteres Umsatzplus von 2,4 Prozent auf dann 780 Milliarden Euro. Unter den großen europäischen Ländern wachsen dieses Jahr Spanien mit 4,6 Prozent und Frankreich mit 3,2 Prozent am stärksten. Neuer Umsatz-Spitzenreiter 2008 ist Großbritannien: Mit einem ITK-Markt von 152 Milliarden Euro liegt das Vereinigte Königreich vor Deutschland mit 145 Milliarden Euro.

„Dies liegt vor allem daran, dass britische Unternehmen in der EU mit Abstand am meisten in IT-Outsourcing investieren“, erklärt BITKOM-Präsident Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer. „Vergleichbare Leistungen werden in Deutschland oft noch firmenintern erbracht und fließen daher nicht in die Marktstatistik ein.“ Auch britische Kommunen lagern ihre IT-Systeme immer öfter komplett an externe Dienstleister aus, teils an deutsche Firmen. Die stärksten Impulse kommen aus der Informationstechnik. Der IT-Markt legt derzeit EU-weit um 4,3 Prozent auf 313 Milliarden Euro zu. Innerhalb dieses Segments boomen vor allem IT-Services (5,7 Prozent) und Software (5,2 Prozent).

Die Nachfrage nach digitaler Unterhaltungselektronik (CE) steigt ebenfalls weiter, obwohl bereits in den Vorjahren teils zweistellige Zuwachsraten erzielt wurden. Die Umsätze wachsen 2008 um 2,5 Prozent auf 63 Milliarden Euro. „Wachstumstreiber sind europaweit Flachbild-Fernseher, Spielkonsolen und Navigationsgeräte“, führt Scheer aus. Der CE-Sektor wird dominiert von Flachbild-TV-Geräten mit einem Marktanteil von 40 Prozent. Es folgen Digitalkameras mit 11 Prozent und Spielkonsolen mit 8 Prozent. Im Telekommunikations-Sektor fällt das Wachstum dieses Jahr nicht nur in Deutschland vergleichsweise gering aus. Europaweit legt der TK-Markt im Jahr 2008 um 2 Prozent auf 386 Milliarden Euro zu. Während die Umsätze mit Festnetz-Gesprächen rückläufig sind, gibt es mit 11 Prozent Umsatzplus starke Zuwächse bei Datendiensten.

www.bitkom.de





Perfect
Pixel
HD ENGINE



So einfach wird Fernsehen mit Philips Flat TVs zum sportlichen Highlight.

Der Philips HD-Flat TV mit Perfect Pixel HD Engine und Ambilight bietet das ultimative High Definition Fernseherlebnis. Die einzigartige Ambilight Technologie erzeugt um den Bildschirm ein sanftes, farbiges Umgebungslicht, das sich automatisch den Farben des Fernsehbildes anpasst. Die innovative Perfect Pixel HD Engine optimiert jedes einzelne Pixel für exzellente Schärfe, absolute Detailtreue und lebendige Farben.

Erleben Sie diesen Sommer alle sportlichen Highlights auf Philips Flat TVs – erhältlich von 32" bis hin zum sagenhaften 52" Bildschirm.

www.philips.de/ambilight

PHILIPS
sense and simplicity

**So innovativ
wie immer.**

**Die wichtigste Messe für
Consumer Electronics.**



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

Panasonic: Neue Display-Serien erfüllen Kundenwünsche

Technik trifft Design

Panasonic hat sich in den vergangenen Jahren unter den TV-Display-Herstellern einen Namen in puncto Bildqualität und Bedienungskomfort gemacht. Jetzt legen die Japaner noch einmal zu und bringen zur Fußball-EM neue Plasma- und LC-Displays auf den Markt, die nicht nur durch Technik, sondern auch ihr Design überzeugen.

Full-HD rückt immer stärker in den Blickpunkt der Verbraucher, und auch die Fernsehsender strahlen immer mehr Sendungen im HD-Format aus. Entsprechend stehen auch bei Panasonic die Zeichen auf Full-HD. Mit den neuen Plasma-Geräten der Viera Design-Serie PZ800 bringt Panasonic Technologie auf High-End-Niveau in einem stilvollen Äußeren in die Wohnzimmer. Das 42-Zoll-Modell verfügt über eine Bildschirmdiagonale von 106 Zentimetern und passt in nahezu jedes Wohnzimmer. Wer es lieber größer mag, für den halten die Japaner mit dem TH-50PZ800 ein Display mit einer Bildschirmdiagonale von 127 Zentimetern bereit.

Beide Geräte bieten ein Kontrastverhältnis von 30.000:1, wobei der dynamische Kontrast sogar bei 1.000.000:1 liegt. Unterstützt durch 134 Milliarden darstellbaren Farben sowie 5.120 Graustufen erzeugt V-Real Pro 3 tiefstes Schwarz, lebendige Farben und flüssige Bildfolgen. Zusätzlich liefern Digital Cinema Colour, Deep Colour und x.v.Colour den für jeden Bildinhalt richtigen Farbraum. Um ein augenschonendes Bild zu erzeugen, minimiert die 100 Hz Double Scan Technik das Großflächenflimmern, indem jedes Bild zweimal hintereinander dargestellt wird.

Energiesparend

Die G11 Full-HD-Panels kommen vollständig ohne Blei aus und verfügen über einen Eco Mode, der die Bildhelligkeit automatisch dem Umgebungslicht anpasst und einen stromsparenden Betrieb garantiert. Ihre Lebensdauer konnte auf bis zu 100.000 Stunden erhöht werden. Das bedeutet bei acht Stunden Sehdauer pro Tag eine mögliche TV-Nutzung von circa 34 Jahren. Zudem sind die Panels besonders robust. Nicht einmal eine Erschütterung beim Transport oder ein versehentlicher Schlag während eines actionreichen Games können den Fernsehern so schnell etwas anhaben.

Was aber wäre ein kinoreifes Bild ohne den entsprechenden Sound?



Neben ihrer modernen Technik überzeugen die Plasma-Displays TH-42PZ800 und TH-50PZ800 auch als Designobjekte. Durch die klaren Linien und das hochglänzende, stilvolle Klavierlack-Schwarz passen sich beide Modelle in jedes Wohndesign ein. Optional sind ein Rack sowie eine statische oder kippbare Wandhalterung erhältlich.

Auch hier hat Panasonic nichts dem Zufall überlassen und die beiden Plasma-Displays so ausgestattet, dass man auch ohne separates Surround-System die richtige Atmosphäre nach Hause bekommt. Beide PZ800-Modelle verfügen sowohl über V-Audio Surround als auch über SRS TruSurround XT. Bei V-Audio Surround ermöglichen passive Radiator-tiefton-Lautsprecher einen kräftigen, ausdrucksstarken Bass. Gleichzeitig optimiert die Technik die Wiedergabe in niedrigen bis mittleren Frequenzbereichen. SRS TruSurround XT sorgt dagegen bei der Wiedergabe von Mehrkanal-Audio über ein Zwei-Lautsprecher-System für ein Hörerlebnis in Surround Sound-Qualität mit 31 Watt Musikleistung.

Über die vier HDMI-Schnittstellen lassen sich beliebige Zuspielderäte anschließen. Der integrierte SD-Kartenleser unterstützt die Formate AVCHD, MPEG2 und HD-JPEG. Das 7-Tage-EPG, ein digitales TV-Programmheft, der Ausschalt-Timer und die Kindersicherung vervollständigen die Ausstattung. Für einen möglichst großen gestalterischen Freiraum bietet Panasonic für die neuen Viera TVs im Lieferumfang einen drehbaren Sockel an. Optional gibt es als Zubehör ein Rack und eine statische sowie eine vertikal kippbare Wandhalterung.

Doch auch im LCD-Bereich bringt Panasonic mit dem TX-37LZD800 ein neues Flaggschiff auf den Markt. Wie bei den Plasma-Geräten haben die Entwickler auch hier großen Wert auf

das Design gelegt. Das hochauflösende Full-HD IPS-Alpha-Clear-Panel bietet eine Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln und verbessert den Kontrast sowie die Schwarzdarstellung bei hellem Umgebungslicht, indem das Streuungslicht minimiert wird. V-Real Pro 3 garantiert zusammen mit dem Intelligent Scene Controller tiefe Schwarztöne und brillante Bilder. Mit einem zehn Prozent größeren Farbraum als der HDTV-Standard abdeckt, bringt x.v. Colour intensive und lebendige Farben auf den Fernseher. Damit auch Kinofilme ruckelfrei abgespielt werden können, stellt der TX-37LZD800 dank 24p-Film die kinotypischen 24-Hz-Signale originalgetreu dar.

Einfache Bedienung

Einen schnellen und unkomplizierten Anschluss beispielsweise eines HD-Camcorders stellt Panasonic bei diesem Modell mit einem gut zugänglichen HDMI-Anschluss an der Vorderseite sicher. Drei weitere HDMI-Eingänge auf der Rückseite erlauben den Anschluss von DVD- oder Blu-ray-Playern sowie AV-Receiver. Um auch ältere Geräte an das Display anschließen zu können, stehen zwei Scart-Buchsen zur Verfügung. Für mehr Bedienkomfort sorgt Viera Link der dritten Generation (HDAVI 3). Die Synchronisierung der Menü-Einstellungen und der Senderbelegung mit den Panasonic DIGA DVD-Festplatten-Recordern erfolgt jetzt automatisch.

www.panasonic.de

Sony: „draw the LINE“ macht Displays zum Design-Objekt

Kraft der Bilder

Zunehmend greifen die Verbraucher zu größeren Bilddiagonalen. Gleichzeitig aber sollen sich die Displays in das bestehende Wohnumfeld integrieren und nicht mehr dominant erscheinen. Sony hat in seinem neuen „draw the LINE“-Design die Wünsche der Kunden umgesetzt und bringt neue Display-Serien in den unterschiedlichsten Größen.

Noch vor wenigen Jahren beherrschte der Fernseher sein Umfeld. Im Zeitalter der Displays hat sich die Einstellung der Menschen gegenüber den Geräten deutlich geändert. Die Idee vom „Bild an der Wand“ beherrscht seit dem Aufkommen der Flachdisplays die Gedanken der Anwender. „Die Einstellung der Verbraucher gegenüber dem Fernseher als technisches Gerät hat sich grundlegend verändert“, so Fumiya Matsuoka, Chief Art Director Consumer Products Design Group Sony. „Die Bilddiagonalen werden zwar immer größer, doch in gleichem Maße soll die Dominanz der Geräte zurückgehen.“ Vor diesem Hintergrund haben die Sony-Designer die neuen Bravia-Display-Serien entworfen.

Die LCD-Fernseher der neuen Bravia V4500-Serie mit Bildschirmdiagonalen von 37, 32 und 26 Zoll (94, 81 und 66 Zentimeter) setzen neue Maßstäbe in der Klasse der HD ready LCD-TVs mit einer Bildschirmauflösung von 1.366 x 768 Pixel. Dem neuen Sony



Die Bravia LCD-TVs der V4500-Serie mit Bildschirmdiagonalen von 37, 32 und 26 Zoll im „draw the LINE“-Design liefern detailgetreue Bilder in brillanten Farben. Die Geräte sind mit analogen und digitalen Tunern für DVB-T und DVB-C ausgestattet. Der MPEG-4 AVC HD Tuner ermöglicht den digitalen Empfang hochauflösender Fernsehsignale.

play eine feine Linie gelegt, welche die Abgrenzung zum Horizont darstellt. Diese verbreitert sich im Rahmen, der den eigentlichen Horizont bildet.“ Für das adäquate Bilderlebnis sorgt die neue Bravia Engine 2, die den Bildern eine unvergleichliche Tiefe und Brillanz verleiht. Das WXGA LCD-Panel der 32 und 26 Zoll Modelle liefert zudem ein hohes dynamisches Kontrastverhältnis von bis zu 33.000:1 und erlaubt so eine realistische Farbdarstellung in tiefem Schwarz. Ebenfalls integriert ist die 24p True Cinema Technologie für die Filmdarstellung von Blu-ray Disc in originalgetreuer Geschwindigkeit. Um den Fernsehspaß von jedem Platz im Wohnzimmer optimal zu gewährleisten, sind die

Blick vom Bild ablenken.“ Jetzt stellen sich die Lautsprecher als in dunklem Silber gehaltener Streifen dar, der auf den ersten Blick wie ein reines Designelement anmutet. Und Matsuoka ist sich sicher: „Für den Zuschauer sind die Lautsprecher weder optisch auszumachen noch akkustisch zu orten.“

Im ausgeschalteten Zustand scheinen bei genauerem Hinsehen unzählige Sterne in dem vermeintlich dunklen Rahmen zu funkeln. Diesen Effekt haben Fumiya Matsuoka und sein Team erreicht, indem sie blaues Farbpulver in die Lackierung gemischt haben. Wem trotzdem die leblos graue Fläche mißfällt, kann sich über den Picture Frame Mode eines von sechs implementierten Bildern von Pop Art bis zu Van Gogh oder eines seiner Lieblingsbilder per USB-Stick auf den Fernseher spielen. Da die Displays die Helligkeit des Bildschirms dann automatisch reduzieren, ist die Leistungsaufnahme des Fernsehers im Picture Frame Modus bis zu 35 Prozent niedriger als im Fernsehbetrieb.

Optimale Partner für die Bravia-LCD-TVs sind die neuen HDD/DVD-Rekorder, welche optisch auf das „draw the LINE“-Konzept abgestimmt sind. Zur Wahl stehen vier Modelle mit analogem Tuner und 160 bis 500 Gigabyte Festplatten sowie ein Gerät mit einem zusätzlichen digitalen Tuner für DVB-T und 160 Gigabyte Kapazität. Das Spitzenmodell RDR-HX1080 ist somit in der Lage, je nach Aufnahmequalität, bis zu 1.420 Stunden TV-Programm auf seiner 500 Gigabyte Festplatte zu speichern.

Neu ist die Funktion X-Pict Story, mit der sich auf einfache Weise persönliche Diashows anlegen lassen.

www.sony.de



Mit innovativen Features wie Bravia Sync, X-Pict Story und der intelligenten digitalen Überspielfunktion für HDD Handycams sowie einer sehr guten Bildqualität dank HQ+ Aufnahme und 1.080p Upscaling sind die vielseitigen HDD/DVD-Rekorder die optimalen Partner für das Bravia-Heimkino, zumal sie im Design zu den Displays passen.

„draw the LINE“-Konzept folgend, bestechen sie durch ihr minimalistisches Design und erleichtern die Konzentration auf das Wesentliche: das Bild. Um dies zu erreichen, hat das Designteam die Vision eines „endlosen“ Bildes umgesetzt.

„Wir haben überlegt, wie sich ein leichtes Erscheinungsbild realisieren lässt“, so Matsuoka. „Es sollte so sein, als blicke man zum Horizont. Entsprechend haben wir um das Dis-

Fernseher der V4500-Serie mit einem drehbaren Standfuß ausgestattet.

Eine weitere Herausforderung stellte die Integration der Lautsprecher in das neue Designkonzept dar. Trotz aller optischen Aspekte darf der gewohnt gute Sony-Sound nicht verloren gehen. „Es ist klar, das große Lautsprecher für sattem Ton sorgen“, weiß Fumiya Matsuoka. „Doch große Öffnungen waren von vornherein nicht erlaubt, da diese nur allzu leicht den

**So vielseitig
wie noch nie.**

**Jetzt mit neuem Bereich für
Elektro-Hausgeräte.**



**IFA
Home
Appliances**

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

www.ifa-berlin.de



Kodak
Adaptive
Picture Exchange

Das modulare Drylab im Baukastenprinzip – die ultimative Lösung

Weniger Zeit

Weniger Abfall

Weniger Training

Weniger Investition

Profitabel

Anpassbar

Wirtschaftlich

Einfach

Bewährt

Umweltfreundlich*

Ein

// Statt 25 SKUs (Stock Keeping Units) haben wir nun 3. Obwohl wir mehr Produkte verkaufen. Grandios! //

Geschäftsinhaber

// Jetzt haben wir mehr Zeit, mit unseren Kunden über neue Produkte zu sprechen – das zahlt sich aus. //

Abteilungsleiter

// Es ist so einfach, ich könnte jetzt die ganze Abteilung allein schmeißen. //

Verkaufsleiter

// Keine Chemikalien. Keine besondere Pflege, Bedienung oder Sicherheitsmaßnahmen. Damit ist Schluss! Ein Riesenvorteil. //

Geschäftsinhaber

// **KODAKs neues Drylab
hat all meine Erwartungen
übertroffen.**//

Jonathan Ellam
Geschäftsführer, Alta Image,
Großbritannien

großer Schritt

... von „nass“ zu „trocken“. Sie werden Kodaks preisgekröntes, chemiefreies Drylab (Trockenlabor) lieben, denn es ist einfacher, mit weniger Schulungsbedarf und kostengünstiger zu betreiben.** Erleben Sie, wie Ihr Gewinn enorm steigt, wenn Sie nur 16.500 € für ein 26" großes Standard-Modell (Listenpreis) investieren. Machen Sie mit und fordern Sie noch heute eine Vorführung an!

Rufen Sie an **0711/406-0**

oder schicken Sie eine E-Mail **de-ccc@kodak.com**

Weitere Informationen unter **www.kodak.com/go/apex**



KODAK Adaptive
Picture Exchange 74"
(Preis auf Anfrage)

Kodak

DISPLAY



Samsung und Sony bauen weitere 8G Fabrik für LCD-Panels

Ende April haben Samsung Electronics und Sony einen Kontrakt für den gemeinsamen Bau einer weiteren 8G Fabrik zur Produktion von amorphen TFT-LCD-Panels unterzeichnet. Die neue Anlage soll die zweite 8G Produktionslinie des von Samsung und Sony betriebenen Joint-ventures S-LCD werden. S-LCD wurde im April 2004 gegründet und begann im April 2005 auf einer 7G Herstellungslinie mit der Produktion von LCD-Panels. Die erste 8G Herstellungslinie des Gemeinschaftsunternehmens startete im August 2007 mit der Produktion. Um die weiterhin zunehmende Nachfrage nach großformatigen LCD-Panels bedienen zu können, haben sich die Partner jetzt zur Ausweitung der 8G Produktions-Kapazität entschlossen. Die von S-LCD investierte Gesamt-Summe für den Bau der neuen 8-2 Fertigungslinie soll laut Planung etwa 1,9 Milliarden US-Dollar betragen. Die Gebäude werden innerhalb des Tangeong Complex errichtet. Mit dem Anfahren der Produktion soll im ersten Quartal 2009 begonnen werden. Die Aufnahme der Massenproduktion soll im zweiten Quartal 2009 erfolgen. Auf der neuen Anlage können monatlich 60.000 Muttergläser (glass sheets) der Größe 2.200 x 2.500 mm verarbeitet werden, aus denen sich jeweils mehrere großformatige Panels gewinnen lassen. Mit der zukünftigen Kapazität der neuen 8G Linie und den bereits produzierenden 8G und 7G Fabriken verfügt S-LCD über beste Voraussetzungen für eine stabile und gesicherte Belieferung der LCD-TV-Produktionsbetriebe von Samsung und Sony.

Startet Sony Preiskrieg bei großformatigen LCD-TVs?

Das US-amerikanische Marktforschungsunternehmen DisplayBank hat die Vermutung geäußert, dass Sony schon in den kommenden Monaten im Marktbereich der Großformat-LCD-TVs einen intensiven Preiskrieg eröffnen wird. In diesem Fall würden sich Sonys Wettbewerber, wie z. B. Samsung, der Notwendigkeit zu einer eigenen aggressiven Preisstrategie nicht entziehen können, schlussfolgert DisplayBank: In den USA könne der Verkaufspreis für ein 40 Zoll großes Full HD Gerät von derzeit 1.700,- dann auf unter 1.200,- Dollar fallen. Der Verkaufspreis für ein 46 Zoll TV-Modell würde auf rund 1.600,- Dollar sinken. Setze sich der Preiskampf fort, könne ein 40 Zoll TV-Gerät im Dezember 2008 schon für 1.000,- Dollar zu haben sein, ein 46 Zoll Modell schon für 1.300,- Dollar. Die Gründe sieht DisplayBank in der Tatsache, dass Sony mit seinem Fernsehgeschäft trotz anhaltender Umsatzerfolge weiter Verluste einfährt. Der gemittelte Verkaufspreis für hochauflösende 40 Zoll LCD-Panels liege zur Zeit bei 560,- Dollar, obwohl die reinen Herstellungskosten 490,- Dollar betragen. Sony könne nur zwischen zwei Optionen wählen, so DisplayBank: gestützt auf die Ausstrahlung der Marke „SONY“ den Kampf um die bei CRT-TVs jahrzehntelang behauptete Marktführung wieder aufnehmen oder das Geschäft mit Fernsehgeräten völlig einstellen. Außer Samsung Electronics würden alle LCD-Fernsehhersteller zur Zeit Verluste erwirtschaften, argumentiert

DisplayBank in seiner Ende April abgeschlossenen Bestandsaufnahme der aktuellen Markt-Situation. Sonys Verträge mit weiteren Panel-Lieferanten und die mit Sharp vereinbarte Partnerschaft über die gemeinsame Produktion von LCD-Panels seien bereits strategische Maßnahmen im Rahmen des neuen Plans. Eine kritische Betrachtung der von DisplayBank geknüpften Argumentationskette wirft jedoch zahlreiche Fragen auf und lässt auch andere Deutungen zu: Neben Samsung verdient der japanische LCD-Technologieführer Sharp ebenfalls gutes Geld mit LCD-TV-Geräten. Mit genau diesen beiden profitablen LCD-Herstellern unterhält Sony enge Partnerschaften. Ist es wirklich realistisch, anzunehmen, Sony würde ohne Rücksprache mit seinen wichtigsten Geschäftspartnern im LCD-Bereich einen weltweiten Preiskrieg bei großformatigen LCD-TVs vom Zaun brechen, von dem auch diese betroffen wären? Den USA steht wegen der Sub Primary Hypothekenkrise und erwarteten Verlusten ähnlicher Größenordnung im Kreditkartengeschäft eine Phase der wirtschaftlichen Stagnation ins Haus.

Das wird Auswirkungen auf die Absatzzahlen in einem der wichtigsten Märkte für großformatige LCD-TVs und auch auf die Höhe der erzielbaren Endverkaufspreise haben, die das gesamte globale Marktgeschehen beeinflussen. Wäre es angesichts dieser Aussichten nicht ein logischer Schritt, wenn sich zwei der größten LCD-Hersteller mit dem Inhaber der zugkräftigen TV-Marke Sony verbünden, um mit einer offensiven Vertriebspolitik den Markt zu bestimmen und Mitanbieter zu schwächen oder ihre Anzahl zu reduzieren? Die inzwischen erfolgte Bekanntgabe über die Errichtung einer zweiten gemeinsamen 8G Fabrik für LCD-Panels durch Samsung und Sony könnte in diese Richtung deuten.

Über 100 Millionen LCD-Panels im 1. Quartal

Im ersten Quartal 2008 wurden laut dem taiwanischen Marktbeobachter „WitsView Technology“ weltweit rund 103,7 Millionen LCD-Panels verkauft. Das entspricht im Vergleich zum gleichen Zeitraum des Vorjahres einem Wachstum von 41,5 Prozent. 2007 wurden insgesamt 371 Millionen LCD-Panels abgesetzt, im Jahr 2006 waren es 270 Millionen. Bei Marktberichten über LCD-Panels werden in der Regel alle Panels ab 10 Zoll Bild diagonal und größer erfasst. Die drei größten Panel-Hersteller Samsung, LG Display und AU Optronics halten zusammen einen Weltmarktanteil von 63 Prozent. Bei der Anzahl der TV- und Monitor-Panels hat inzwischen AUO den Spitzenplatz errungen, bei Panels für Notebooks liegt LG Display vorn. Fasst man die LCD-Panels für alle Einsatzbereiche zusammen, ist Samsung unangefochten die Nummer Eins auf dem Weltmarkt. Laut WitsView werden die erwarteten

Preissenkungen führender LCD-Panel-Hersteller zu einer weiteren Steigerung der Nachfrage führen. Als Folge der Finanz- und Banken-Krise in den USA entscheiden sich nordamerikanische Käufer jetzt häufiger als bisher für 32- und 37-Zoll-Fernsehgeräte. Der japanische Hersteller Sharp hat daraufhin auch in seinem 8G Werk die Produktion von 32 Zoll Panels aufgenommen, obwohl diese Anlage für Panels mit Bild diagonalen ab 46 Zoll und größer optimiert ist.

Pioneer und Panasonic vereinbaren PDP-Allianz

Pioneer und Panasonic haben sich über die Grundzüge einer gemeinsamen Allianz im Plasma-Display-Geschäft geeinigt: Das Abkommen soll sowohl Forschung und Entwicklung wie Produktions- und Absatz-Strategien für Plasma-TV-Geräte umfassen. Die zukünftigen Partner wollen nach weiterer Diskussion und Ausarbeitung

gegenüber dem gleichen Zeitraum des Vorjahres. Der Anteil der 40 Zoll PDP-Module lag mit 1,96 Millionen Stück bei 53 Prozent aller verkauften Plasma-Panel-Module, gefolgt von 900.000 Modulen der Größe 50 Zoll, was einem Anteil von 25 Prozent entspricht. Die Anzahl der im 1. Quartal verkauften 30 Zoll großen Plasma-Module lag bei 20 Prozent. Im Ranking der wichtigsten Hersteller von Plasma-Modulen gelang es LG Electronics, im 1. Quartal 2008 den Platz 1 zurückzuerobern, gefolgt von Panasonic auf dem 2. Rang. Samsung SDI belegt Rang 3. Hitachi und Pioneer verkauften im gleichen Zeitraum nur noch 4% und 1% aller Plasma-Module. Der weltweite Plasma-Display-Markt wird laut diesen Zahlen zu 95% unter den drei großen Playern LG Electronics, Panasonic und Samsung SDI aufgeteilt.

Sony stellt 0,2 mm dünnes 3,5 Zoll OLED-Panel vor

Der Elektronik-Konzern Sony hat in Tokyo den Prototyp eines nur 0,2 mm dünnen, 3,5 Zoll großen OLED-Display-Panels vorgestellt: Um die einem dünnen Film ähnlichen geringen Abmessungen des OLED-Displays eindrucksvoll zu demonstrieren, hat Sony die Front- und Rückseite der OLED-Folie mit je einem 0,1 mm dünnen Glasfilm verbunden. Im vergangenen Jahr hatte Sony bereits die Serienproduktion eines 0,3 mm dünnen 11 Zoll großen OLED-Displays aufgenommen. Der jetzt von Sony Mobile Display Corp.

hergestellte 0,2 mm OLED-Prototyp verfügt über eine Auflösung von 320 x 220 Bildpunkten und basiert auf einem Top Emission Panel mit Verwendung von Low Temperature Poly-Si TFT im Treiber-Circuit. Der neue OLED-Prototyp macht vor allem deutlich, dass OLED-basierte Dis-

NEU

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

REGZA LED TV **HD ready 1080p**

> TOSHIBA XV-SERIE: FULL HD UND VOLL AUSGESTATTET

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

von Details bis Ende Mai 2008 den endgültigen Vertrag über die Zusammenarbeit fertigstellen und unterzeichnen. Laut dem Abkommen wollen Pioneer und Panasonic ihr technologisches Wissen und ihre Erfahrungen bündeln, um gemeinsam neue Plasma-Display-Produkte und Module zu entwickeln und herzustellen, die im Herbst 2009 auf den Markt kommen sollen. Panasonic plant diese neuen Produkte zum gleichen Zeitpunkt wie Pioneer auf dem Markt einzuführen. Von der geplanten Zusammenarbeit erhoffen sich beide Partner eine Erhöhung der Effizienz bei Entwicklung und Produktion. Daraus resultierende günstigere Produktionskosten für Plasma-TVs sollen in erhöhte Wettbewerbsfähigkeit auf dem Flach-TV-Markt umgesetzt werden. Koordiniert und bei der Bildgröße und Ausstattung auf die Anforderungen des Marktes abgestimmt, beabsichtigen Pioneer und Panasonic weiterhin ihre eigenen Plasma-TV-Modelle auf dem Weltmarkt zu vertreiben.

3,65 Millionen PDP-Module im 1. Quartal 2008

Der Verkauf von PDP-Modulen für die Herstellung von Plasma-TVs und Plasma-Displays erreichte im 1. Quartal 2008 die Anzahl von 3,65 Millionen Stück. Das entspricht einem Zuwachs um 56 Prozent

plays keinerlei Hintergrund-Beleuchtung benötigen und aufgrund ihrer geringen Dicke bei vielen Einsatzbereichen einen Wettbewerbsvorteil gegenüber LCDs haben.

Corning: Weiterhin starke Nachfrage bei LCD-Glas

Trotz der Befürchtungen über einen Nachfrage-Rückgang bei LCD-TVs auf dem US-Markt als Folge der Kredit-Banken-Krise meldet der Hersteller Corning Display Technologies weiterhin gute Geschäfte und hohe Zuwachsraten: Corning freut sich über ein hervorragend gutes Ergebnis im ersten Quartal. Der Technologie- und Marktführer im LCD-Glas Segment erwartet 2008 auf dem weltweiten LCD-Glas-Markt ein Volumen-Wachstum am oberen Ende der geschätzten 25 bis 30 Prozent. Der Hersteller berichtet, daß sowohl die Mutterfirma wie das zusammen mit Samsung betriebene Joint-venture das gesamte erste Quartal hindurch mit voller Kapazitäts-Auslastung gearbeitet haben. Corning Display Technologies produzierte im Vergleich zum Vorjahr 50 Prozent mehr LCD-Glas. Bei dem Joint-venture Samsung Corning Precision Glass (SCP) wurde 46% mehr Display-Glas als im vergleichbaren Vorjahreszeitraum produziert. Wegen der starken Nachfrage nach LCD-Glas-Produkten hat Corning seine für 2008 geplanten Investitionen in das Geschäft mit Display-Glas auf 1,2 bis 1,4 Milliarden US-Dollar erhöht. Ein starker Motor der weltweiten Nachfrage nach LCD-TVs ist der Umstieg der Konsumenten von herkömmlichen Röhren-TV-Geräten (CRT) auf moderne Flach-TV-Geräte. (siehe nachfolgende Tabelle)

Region	TV-Geräte gesamt (Mio)	LCD Penetration (%)
China	400	4
Nord Amerika	300	15
Europa	370	16
Japan	110	21
Weltweit	1.900	8

(Quellen: International Telecommunication Union (ITU) und Corning, compiled by Digitimes)

Chi Mei Optoelectronics baut LCD-Modul Fabrik in Vietnam

Der taiwanische Hersteller CMO hat den Bau einer Fabrik in Vietnam zur Herstellung von LCD-Modulen bekanntgegeben. Die geplante Fertigung für Notebook- und Monitor-Displays soll zusammen mit anderen in Taiwan beheimateten Unternehmen, zu denen auch Wistron gehört, im Rahmen eines Produktions-Clusters errichtet werden. Wie Chi Mei Optoelectronics President Jau-Yang Ho berichtet, will CMO zusammen mit Wistron und den anderen beteiligten Firmen als nächstes das für die Fabrik vorgesehene Areal vorbereiten. CMO wurden 200 Hektar Land innerhalb eines 500 Hektar großen Geländes angeboten, das die vietnamesische Regierung für taiwanische Unternehmen reserviert hat. Mit den Bauarbeiten soll in der zweiten Hälfte 2008 begonnen werden. Mit Bezug auf die Pläne des CMO-Konkurrenten AU Optronics (AUO) für den Bau einer LCD-Modul Fabrik in Europa, erklärte Ho, dass auch CMO die Möglichkeiten einer europäischen Produktionsanlage erwäge. Eine Entscheidung über diese Frage werde man wahrscheinlich im Laufe dieses Jahres treffen.



AN DIE GRENZEN GEHEN



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



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

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

WWW.ANDIEGRENZENGEHEN.DE



PLASMA TV

UE



Heimkino Systeme für 2008 von Sharp

Die drei neuen Home Cinema Anlagen HT-DV50H, HT-DV40H und HT-DV30H von Sharp bieten eine umfangreiche technische Ausstattung. Diese umfasst bei allen die „Audistry“ Sound Technologie für mehr Räumlichkeit im Klang, natürliche Bässe



und intelligente Lautstärkenregelung, DTS, Dolby Digital und Dolby Pro Logic II, die Dolby Virtual Speaker Technologie sowie jeweils eine HDMI-Schnittstelle und einen USB-host. Die beiden Varianten HT-DV50H und HT-DV40H werden mit einem 100 Watt starken 2.1 Subwoofer geliefert. Inklusiv Subwoofer kommen die Systeme auf 250 Watt Gesamt-Sinusleistung. Die klavierlackschwarzen Anlagen liefern Surround-Sound für das Wohnzimmer und erfreuen das Auge durch ihr hochwertiges Design. Die HT-DV30H verfügt zusätzlich über einen aktiven Subwoofer-Ausgang zum Anschluss von Subwoofern nach Wahl. Das integrierte DVD-Laufwerk spielt alle gängigen Formate ab.

www.sharp.de

Digital-Signage-Lösung von Comp-Mall

Der iSignager-500A ist für den Mitarbeiter- und Kundenbereich gedacht. Diese Digital-Signage-Lösung eignet sich für die flexible Darstellung von Informationen, Unterhaltung, Werbung oder Lernbeispielen im kleinen und großen Rahmen. Der iSignager-500A arbeitet zuverlässig, ist geräuschlos und erlaubt den Dauerbetrieb bei geringer Leistungsaufnahme. Mit diesem System lassen sich eigene Inhalte schnell selbst herstellen und auf beliebigen Displays darstellen.

Der iSignager 500A ist ein kompakter, RISC-basierender Präsentations-Rechner für CRT, LCD oder Großanzeigen. Die notwendige Software zum



Erstellen der gewünschten Darstellungen ist inbegriffen. Das System verarbeitet hochauflösende Daten als Video, Audio, Grafiken, Flash und Banner. Der Anschluss an einen Monitor ist durch die Schnittstellen DVI, VGA, S-Video, AV-Video, LVDS und Echtzeit-Video sehr einfach. Die

Auflösungen reichen von 640 x 480 bis 1.920 x 1.200 Pixel. Mit Hilfe der iSignager AdDesign Software kann der Händler menügesteuert eigene Präsentationen anlegen. Verschiedene Zonen sind für die gleichzeitige Darstellung von Bildern, Bannern, Video und Uhr in Größe und Lage frei wählbar. In einer Zone können TV-Programme oder Bilder einer Umgebungskamera/DVR gezeigt werden sowie durchlaufende Mitteilungen und Bilder in den anderen Zonen. Der Ablauf lässt sich zeitlich steuern und mit Ton versehen. Echtzeit-Nachrichten und RSS-Formate werden ebenfalls unterstützt. Eine Administrator-Software steuert mehrere iSignager-500A Geräte mit unterschiedlichen Informationen und zeitlichen Abläufen über NAS/FTP-Server. Nach dem Einschalten oder einem Netzausfall startet der iSignager automatisch.

www.comp-mall.de

Loewe bringt Displays mit HD-Recorder



Zur Fußball-Europameisterschaft bringt Loewe die passenden Systeme auf den Markt. Mit nur einem Knopfdruck auf die grüne Taste der Loewe Fernbedienung hält der in das TV-Gerät integrierte Festplattenrecorder DR+ die persönlichen Höhepunkte der Fußballspiele fest. Automatisch werden die vorangegangenen 30 Sekunden – also z. B. die Szene, die zum Torerfolg führte – und die nächsten laufenden 30 Sekunden als Highlight markiert. Unabhängig von



der Regie des Fernsehsenders können einzelne Spielszenen wiederholt und die persönlichen Höhepunkte zusammengestellt werden. Der Loewe Festplattenspeicher DR+ zeichnet bis zu 200 Stunden auf. Als Bonus zur EM bietet Loewe DR+ zudem die Replay-Funktion. Mit ihr muss man sich während der EM 2008 nicht mehr auf die Bilder der Regie verlassen und kann einzelne Spielszenen sofort wiederholen. Mit nur einem Druck auf die Rewind-Taste der Fernbedienung werden die letzten 40 Sekunden der gewünschten Szene gezeigt. Während des gesamten Vorgangs wird das Live-Fernsehbild über die „Bild-in-Bild“ (PIP)-Funktion eingeblendet. Die Aufnahmen erfolgen wahlweise im HDTV- als auch Standard Definition (SD)-TV-Format.

www.loewe.de

Polaroids PoGo druckt tintenlos unterwegs



Nach über fünfzehnjähriger Forschungsarbeit und der Entwicklung der ZINK-Drucktechnologie (Zero Ink) ermöglicht es

der Minidrucker Polaroid PoGo, digitale Fotos von praktisch jedem Fotohandy und jeder PictBridge-Digitalkamera direkt, ohne Tinte oder Thermalfolien, jederzeit und überall auszudrucken. Der mobile High-Tech Minidrucker in den Farben Schwarz und Silber steckt in einem robusten Metallgehäuse und ist mit seiner kompakten Größe (5 x 7,6 cm) und



seinem Gewicht von nur 227 Gramm nicht größer als ein Kartenspiel. Alle Bilddaten werden über Bluetooth oder USB an den Drucker übertragen, der daraus in Sekunden Farbbilder ganz ohne Tinte oder Thermofarbbänder erzeugt. Die Farbpigmente stecken auf umweltschonende Weise bereits im Papier. Der Polaroid PoGo Drucker wird für rund 150,- Euro im Juli in den Handel kommen. Zum Lieferumfang gehören 10 Blatt wasserfestes Fotopapier mit abziehbarer Klebefolie auf der Bildrückseite. Das spezielle ZINK-Fotopapier (Größe: 5 x 7,6 cm) gibt es jeweils in 10er- und 30er-Packs ab einem Preis von 3,99 Euro (UVP). Den Spaß am neuen Polaroid PoGo erhält ein Lithium-Ionen Akku aufrecht.

www.polaroid.com

Asus startet HDMI- und Webcam-Offensive



Asus erweitert sein Monitorportfolio um drei Widescreen-Entertainment-LC-Displays, die standardmäßig mit einer HDMI-Schnittstelle sowie einer 1,3-Megapixel-Webkamera ausgestattet sind. Die attraktive MK-Serie startet mit dem 22 Zoll MK221H und dem ersten 24 Zoll Full HD-Monitor von Asus, dem MK241H mit einer Auflösung von 1.920 x 1.200 Bildpunkten. Im Einstiegssegment steht mit dem VK222H ein funktions- und kontrastreicher Monitor für kostenbewusste Home Cineasten zur Verfügung.



Der MK221H mit 22 Zoll Bildschirmdiagonale liefert eine Kontraste von 3.000:1 sowie eine WSXGA-Auflösung mit 1.680 x 1.050 Bildpunkten bei einer maximalen Helligkeit von 300 cd/qm. Mit dem MK241H bringt Asus den ersten 24 Zoll Widescreen-Monitor mit einer komplett eingebau-

Sydney 9 – Zeitlose Eleganz und modernste Technik von Grundig



Grundig bietet mit den City Line Produkten eine exklusive Linie hochwertig ausgestatteter Geräte mit einem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis für den klassischen Fachhandel.

Der neue Sydney 9 vereint die 100-Hertz-Technologie mit der von Grundig entwickelten Chassis-Plattform Digi 200. Diese Technologie sorgt im Zusammenspiel mit einem High-Speed-Chip der neuesten Generation für natürliche Fernsehbilder und ermöglicht es, eingehende HDTV-Signale durch Bearbeitung jedes einzelnen Pixels zu optimieren.

Die 100-Hz-Technologie des eleganten Sydney sorgt für flimmerfreie Bilder, indem die Bildanzahl von 50 auf 100 Bilder pro Sekunde verdoppelt wird. Da die Sender nach wie vor nur 50 Bilder pro Sekunde ausstrahlen, errechnet das Display aus je zwei Originalbildern zusätzliche Zwischenbilder. Als HD-ready-TV bietet der Sydney eine WXGA-Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln im 16:9-Format, der horizontale Abstrahlwinkel von 178



Grad bietet auch bei seitlicher Betrachtung ein klares Bild ohne Helligkeitsabfall. Motion Picture Improvement liefert brillante Bilder mit ruckelfreien natürlichen Bewegungsabläufen auch bei schnellen Kameraschwenks oder Sportarten. Die dynamische Kontrastoptimierung

Dynamic Contrast Plus sichert für jedes einzelne Fernsehbild den bestmöglichen Kontrast und damit eine optimale Tiefenschärfe.

Für eine komfortable Benutzerführung sorgt das Grundig Easy Dialog-System, bei dem sich der Anwender alle Erklärungen und Hilfen direkt auf dem Display anzeigen lassen kann. Das Soundsystem Magic Fidelity, welches speziell für Lautsprecher mit geringem Gehäusevolumen entwickelt wurde, sorgt im Sydney 100 Hz gemeinsam mit Virtual Dolby Surround für satten Sound. HDMI- und DVI-Schnittstellen runden die Ausstattung ab.

www.grundig.de

ten Video-Konferenz-Lösung auf den Markt. Hierzu gehören eine integrierte 1,3-Megapixel-Webkamera, Stereolautsprecher, Kopfhörer und ein Richtmikrofon. Abgestimmt auf die Anforderungen des Heimkino-Anwenders, ist das Display mit einem hohen Kontrastverhältnis von 3.000:1, einer Full-HD-Auflösung von 1.920 x 1.200 Bildpunkten sowie einer maximalen Helligkeit von 400 cd/qm ausgestattet. Für den Privat- und SoHo-Anwender, der ein kostengünstiges Produkt sucht, welches auch für Computerspiele oder Videos geeignet ist, bietet Asus mit dem VK222H einen 22 Zoll Monitor im Einstiegssegment. Mit der hohen Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten und einem exzellenten Kontrastverhältnis von 5.000:1 sowie den 2 Watt Stereo-Lautsprechern eignet sich das Display besonders zur Wiedergabe von Filmen oder für Videospiele.

www.asus.de

Toshiba erweitert DVD-Recorder-Range



Der RDXV48DTKTF vereint mit integrierter Festplatte, DVD-Brenner und VHS-Laufwerk alle aktuellen Aufnahmesysteme

in einem Gerät. Auf Knopfdruck kopiert er nicht kopiergeschütztes Material in insgesamt sechs Richtungen – also von Festplatte auf DVD, von VHS auf Festplatte sowie von DVD auf VHS und umgekehrt. Die 160-GB-Byte-Festplatte nimmt bis zu 272 Stunden Film auf.

Der RDXV48DTKTF ist jetzt mit einem DVB-T Tuner ausgestattet, so dass digitales TV-Material direkt aufgezeichnet werden kann. Für die adäquate Signalweitergabe an den TV



setzt Toshiba auf die HDMI-Schnittstelle. Zusätzlich verfügt das Gerät über eine Upscaling-Funktion und einen DV-Eingang zum Anschluss digitaler Camcorder.

Bei beiden Neulingen setzt Toshiba auf Kompatibilität. Demzufolge können die Recorder neben DVDs, VCDs und SVCDs auch DivX- oder JPEG-Dateien sowie MP3s wiedergeben. Entsprechend verarbeiten die DVD-Recorder auch sämtliche +/- R(W)-Rohlinge.

www.toshiba.de

Panasonic

ideas for life



**MEHR SEHEN ALS ANDERE.
IN FULL HD.**

Erleben Sie brillante Filmqualität in Full HD Auflösung mit 1.920 x 1.080p. Gestochen scharfe Aufnahmen mit natürlichen Farben dank 3CCD, optischem Bildstabilisator und Leica Objektiven. Ob auf SD Karte im SD9 oder zusätzlich auch auf der integrierten 60 GB Festplatte im HS9: Mit den Panasonic HD-Camcordern werden Sie Ihre Erlebnisse neu entdecken.

JEDER MOMENT ZÄHLT.



**FULL
HD**
1920x1080p

*progressive 1080/25p

HD Camcorder
HIGH DEFINITION

panasonic.de

LGE: Neue Kampagne macht die Marke LG erlebbar

Scarlet – Display mit Charisma

Um sich in dem immer härter werdenden Wettbewerbsumfeld im Display-Markt durchsetzen zu können, bedarf es neuer Wege. LG Electronics hat mit seiner aktuellen Kampagne „The Hit New TV Series from LG“ den Weg vom produktorientierten Marketing hin zum Verbraucher gefunden. Die Kampagne setzt das neue LCD TV-Gerät LG 6000 in Szene und spielt mit der Doppeldeutigkeit des Begriffs „TV-Serie“.

Nachdem LGE mit einer neuen Unternehmensphilosophie für mehr Transparenz innerhalb des Konzerns gesorgt hat, trägt das Unternehmen dies jetzt auch an den Verbraucher heran. Auftakt hierzu ist die als TV-Serie „getarnte“ Einführung des neuen LCD TV-Geräts LG 6000.

Ein echter TV-Serienproduzent, ein gefälschter TV-Serien-Trailer und ein geheimnisvolles, neues Scarlet, gespielt von dem norwegischen Model und Schauspielerin Natassia „Scarlet“ Malthe, sind die Zutaten, die die Scarlet-Kampagne zu einem faszinierenden Schauspiel machen. Der Erfolg gibt den Koreanern recht, denn die Inszenierung dieser TV-Sendung hat LG globale Aufmerksamkeit gebracht und die Werbewirkung für das neue TV-Gerät der LG 6000-Serie immanent erhöht. Die Strategie, Zuschauer und Konsumenten mit einer TV-Serie zu konfrontieren, die eigentlich keine ist, war die erste Marketingaktion in dieser Richtung.

Emotionen wecken

Dieser Ansatz entstand unter dem Aspekt, dem Fernsehgerät eine eigene Persönlichkeit zu verleihen, um es unverwechselbar zu machen. „Wir wollten das Herz der Konsumenten ansprechen, nicht ihren Verstand“, erklärt Nils Seib, Manager Public Relations der LG Electronics Deutschland GmbH. „Es geht einzig und allein um die emotionale Bindung an

das Produkt. Wir möchten die Marke LG erlebbar machen.“ Und genau das ist dem Unternehmen glaubhaft gelungen. In Zusammenarbeit mit Natassia „Scarlet“ Malthe entwickelten LG und David Nutter, der TV-Regisseur bekannter TV-Serien wie „Akte X – Die unheimlichen Fälle des FBI“, „Dark Angel“ und „Smallville“, eine fesselnde Story mit einer verschlungenen Handlung.

Mit Erfolg. Sechs Monate lang verkörperte Natassia die Rolle der

ste Phase der Scarlet TV-Serien-Kampagne mit weiteren Episoden starten wird. „Beim Brand Marketing geht es darum, eine Geschichte zu erzählen, in der die Marke mit den Verbrauchern kommuniziert. Die Stärkung der emotionalen Bindung der Konsumenten an die Marke ist der Schlüssel zum langfristigen Erfolg“, ist sich Kwan-Sup (KS) Lee, Vice President des LG Electronics Digital Display Global Brand Marketing Teams, sicher.

Mit der neuen Kampagne hat LG einen wichtigen Schritt in Sachen Markenbekanntheit vor allem im Premiumsegment gemacht. Laut einer LG-eigenen, durch das Marktforschungsinstitut TNS durchgeführten Studie, planen 36 Prozent aller europäischen Haushalte den Kauf eines HD-TV-Systems, und etwa 40 Prozent möchten auf

einen Plasma- oder LCD-Fernseher wie den rahmenlosen PG 6000 umsteigen.

LGs neues Full-HD-Flaggschiff „Scarlet“ LG 6000 entspricht mit seinem wohlproportionierten Rahmendesign und der geringen Bautiefe von nur 79 Millimetern den Erwartungen der Kunden an ein aktuelles LC-Display. Die tief-schwarze Rahmenleiste mit kreisrunder, eingelassener Sensortaste im Zentrum mit stimmungsvoller Hintergrundbeleuchtung setzt optische Akzente. Um dem Anwender den Umgang mit der Technik so einfach wie möglich zu machen, übernimmt das Gerät

zahlreiche Einstellungen automatisch. Die optimale Bildeinstellung hängt unter anderem von Faktoren wie der individuellen Wahrnehmung, den Bildinhalten und der Umgebungshelligkeit ab. Über den Expert-Modus lässt sich das TV-Bild exakt auf die ganz persönlichen Sehgewohnheiten abstimmen.

Auf Filmspaß programmiert

Zusätzlichen Komfort bietet der AV-Modus, der auf einen Tastendruck Bild und Ton entsprechend den unterschiedlichen Anforderungen von Sportübertragungen, Spielfilmen und Computerspielen einstellt. Außerdem passt ein Sen-

sor Helligkeit, Kontrast und Farbwerte des Bildes automatisch an die Umgebungshelligkeit an. Auf diese Weise lässt sich der Energieverbrauch um bis zu 50 Prozent reduzieren. Selbst bei schnellen Action-Sequenzen bleibt das Bild dank der HD TruMotion 100-Hz-Technologie scharf und klar. Cineasten können sich auf ungetrübtes Filmvergnügen freuen, denn mit 120 Bildern pro Sekunde sorgt die 24p TruCinema Technologie für echtes Kinofeeling. Für den richtigen Sound sorgen die unsichtbaren Lautsprecher im Inneren des LG 6000. Das innovative Soundsystem ist die Ursache für den klaren und satten Klang.

www.lge.de



Um den Abverkauf am PoS zu fördern, hat LG passend zu der neuen TV-Serie entsprechendes Präsentationsmaterial entwickelt. Das Display präsentiert sich dem Kunden auf Augenhöhe und verschiedene Signets weisen auf die einzelnen Features hin. Ein Aufsteller zeigt die beiden Stars der LG-TV-Serie.

IFA Berlin: Globaler Handelsplatz für starke Marken

Consumer Lifestyle erleben

Die Kombination der Märkte Consumer Electronics und Elektro-Hausgeräte erweitert in diesem Jahr das Angebot der IFA. Mit der engen Verzahnung der einzelnen Angebotsbereiche von Consumer Electronics bis hin zu Home Appliances entspricht die Messe mittlerweile den Strukturen des Marktes und trifft die Bedürfnisse von Herstellern und Kunden.

Auf der IFA als weltweit größter Publikumsmesse der Consumer Electronics und gleichzeitig auch bedeutendster Ordermesse für den Handel präsentieren sich die Top-Marken der Consumer Electronics und der Elektro-Hausgeräte-Industrie gemeinsam und umfassend unter dem Berliner Funkturm. Dies bestätigen ebenfalls die aktuellen Belegungszahlen des Messegeländes. Vier-einhalb Monate vor Messebeginn sind mehr als 90 Prozent der Ausstellungsfläche der klassischen IFA vermietet. Mit rund 80 Prozent Auslastung ist auch der neue Home-Appliances-Bereich auf Kurs und repräsentiert nahezu alle wichtigen Markenanbieter der Elektrohausgeräte-Industrie.

IFA ist auf Kurs

Dass die IFA mit der Erweiterung auf dem richtigen Kurs ist, bestätigt eine Umfrage der Messe Berlin: „Von den wichtigsten zehn elektrischen Geräten im Alltag sind jeweils fünf den Bereichen Haushaltsgeräte und Consumer Electronics zuzuordnen“, stellt

Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin, fest. „Mit der engen Verzahnung der einzelnen Angebotsbereiche von Consumer Electronics bis hin zu Home Appliances entsprechen wir den Strukturen des Marktes und erschließen so weitere Potentiale für Handel und Industrie.“

Neben den Herstellern haben auch die Fachhandelskooperationen den



Dr. Christian Göke: „Mit der engen Verzahnung von Consumer Electronics bis zu Home Appliances entsprechen wir den Strukturen des Marktes.“

Stellenwert der „neuen“ IFA erkannt und werden ihre strategischen Partnerschaften mit der Messe Berlin weiter ausbauen. ElectronicPartner, Euronics International, expert International und telering tragen demnach entschei-

dend zur Ausrichtung der Messe auf die Interessen der kooperierten Händler bei. Ziel dieser strategischen Partnerschaften ist es, den internationalen Fachhändlern die ganze Bandbreite der internationalen Branche an einem Ort zu erschließen. Fachhändler werden kompetent und kundenbezogen alle Informationen zur Branche und Einblick in die Vertriebsaktivitäten insbesondere der jeweiligen europäischen Länder erhalten.

Ausrichtung auf den Fachhandel

„Die IFA ist als weltweite Leitmesse für Consumer Electronics und wichtigster Orderplatz der CE-Branche der jährliche Branchenhöhepunkt“, führt Göke aus. „Die Messe genießt bei den Fachhändlern einen hohen Stellenwert und einen entsprechend großen Zuspruch. Mit den abgeschlossenen Vereinbarungen mit den wichtigsten internationalen Fachhandelskooperationen konnten wir weitere Akzente für die IFA als weltweit bedeutendstes Branchen-Event setzen.“

Die Verbindung von weißer und brauner Ware ist vor dem Hintergrund der immer weiter zusammenwachsenden Produktwelt der richtige Schritt zur richtigen Zeit. „Die IFA 2008 sprengt den Rahmen. Das hohe Niveau an inter-

nationaler Aussteller-, Fachbesucher- und Medienkompetenz setzt sich in diesem Jahr fort“, freut sich IFA-Direktor Jens Heithecker. „Mit der Kombination von Consumer Electronics- und Elektrohausgeräte-Industrie garantieren wir unseren Ausstellern, Fachbesuchern und Partnern ein höchst attraktives Business-Umfeld. Die IFA wird 2008 mit der Erweiterung eine größere Orderplattform als 2007 bieten.“

Vor dem Hintergrund der Zusammenführung der Markenwelten von Consumer Electronics und Home Appliances wird es ab 2008 einzelne Veränderungen in der Hallenbelegung der IFA geben. Die Top-Marken der Elektrohausgeräte-Industrie werden sich in den Hallen 1.1 bis 6.1 präsentieren. Der 800 Quadratmeter große Internationale Fachbesucherempfang wird aufgrund der Erweiterung um die Home Appliances@IFA aus Halle 1.1 verlegt. Für die bislang in den unteren Hallen des Südgeländes platzierten „International Halls“ sind neue temporäre Hallen zwischen den Hallen 1 und 25 geplant. Aufgrund des gestiegenen Zuspruchs von taiwanischen Aus-

stellern öffnet die IFA eine eigene „Taiwan Image Hall“. Der Bereich „International Sourcing“ erhält ebenfalls eine separate Ausstellungsfläche in einer der temporären Hallen auf dem Berliner Messegelände.

Full-HD ist einer der Markttreiber

Eines der Hauptthemen ist HD-TV.

Im Zuge der Verbreitung von HD-ready oder Full-HD-Displays strahlen europäische Sender bereits über 90 HDTV-Programme aus. In der Schweiz und in Österreich haben jetzt auch die öffentlichen Broadcaster begonnen, regelmäßig HDTV im Free-TV zu senden. Die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF haben erst kürz-

lich ihre Free-TV Roadmap für HDTV-Sendungen vorgestellt, die jedoch zuerst über eine Reihe einzelner Sendungen bis zur regelmäßigen Ausstrahlung ab Februar 2010 führen wird. High-Definition-Content zählt darüber hinaus zu den Premium-Angeboten von IPTV-Diensten, die sich überall in Europa zu etablieren beginnen.

www.messe-berlin.de



Jens Heithecker: „Die IFA wird 2008 mit der Erweiterung um die Weiße Ware eine größere Orderplattform als 2007 bieten.“

GRUNDIG
made for you

SO SEHEN SIEGER FERN

Tor ist, wenn der Schiedsrichter pfeift, und Begeisterung ist, wenn man es auf einem Grundig Vision 6 LCD-TV sieht. Sein ausgezeichnetes Design bringt einfach jeden in echte Siegerlaune. Mit HD-ready, 32", 37" oder 42" Display, DVB-T-Receiver und Dynamic Contrast Plus System wird Fußball zu einem Erlebnis, das Ihre Kunden nicht mehr auf dem Sofa halten wird.

Mehr Infos bei Ihrem Grundig Vertriebsberater oder unter www.grundig.de



Euronics: Verbundgruppe bleibt auf Wachstumskurs

Wettbewerbsvorteil durch Qualität

Als Partner des mittelständischen Fachhandels für Konsumelektronik will die Euronics Deutschland eG ihre Mitglieder stärken und wettbewerbsfähig halten. Trotz schwierigem Marktumfeld konnte die Verbundgruppe dieses Ziel im vergangenen Jahr erreichen und auf dem diesjährigen Kongress in Leipzig gute Zahlen präsentieren.

Auf der Suche nach Perspektiven für ihre Mitgliedsunternehmen hat die Euronics bereits im vergangenen Jahr eine breit angelegte Qualitätsoffensive gestartet. Neben Schulungen und Händlertrainings hat man gleichzeitig das Produktportfolio gestrafft. „Qualität bedeutet für unsere Verbundgruppe vor allem die Orientierung an Kundenbedürfnissen. Dabei steht sowohl die Qualität der Produkte als auch bei Leistung und Service immer wieder auf dem Prüfstand“, erklärt Werner Winkelmann, Vorstands-

fenden Geschäftsjahres konnte die Verbundgruppe im Fachhandel für Consumer Electronics ihren Zentralumsatz um 9,3 Prozent steigern. „Für das Geschäftsjahr 2007/2008 erwarten wir ein zentralreguliertes Umsatzwachstum von zirka 10 Prozent auf 1,65 Milliarden Euro“, erklärt Winkelmann. Die positive Entwicklung des ersten Halbjahres wertet er als klaren Erfolg der Euronics-Qualitätsoffensive: „Die hohe Qualität bei Produkten und Dienstleistungen, die wir dem Kunden anbieten, wird dem Euronics Fachhandel auch in 2008 einen Wettbewerbsvorteil verschaffen.“

Höhere Investitionsbereitschaft

Aktuelle Marktzahlen zum ersten Halbjahr belegen, dass Konsumenten vermehrt in hochwertige Qualitätsprodukte investieren. Einen deutlichen Umsatzanstieg im Vergleich zum Vorjahr zeigte der Euronics-Fachhandel in den Bereichen Unterhaltungselektronik mit 14 Prozent und in der Unterhaltungssoftware mit 33 Prozent. Spitzenreiter im ersten Halbjahr waren der Handel mit TV-Displays und Haushaltsgeräten. „Bei der Weißen Ware hat unser Fachhandel eine Wertschöpfung erreicht, die deutlich über dem Marktdurchschnitt liegt“, so Werner Winkelmann. Für die Euronics ist schon seit längerer Zeit klar, dass sich die Verbundgruppe und damit auch die angeschlossenen Mitglieder nicht vor dem Internet als Vertriebskanal verschließen dürfen. Dabei spielen auch Service und Beratung eine wichtige Rolle, wie die jüngste Studie des Verbraucherportals ecochoice zeigt. Hier hat Euronics in einem Gesamtranking von 108 geprüften Distanzhändlern den dritten Platz unmittelbar hinter den Versandhäusern Otto und Quelle erreicht. „Das Ergebnis spricht für den Erfolg unserer Multi-Channel-Strategie, mit der wir eine Vernet-

zung von Online-Aktivitäten und stationärem Handel erreichen“, kommentiert Winkelmann das Ergebnis. Laut der aktuellen ecochoice-Studie erhalten Euronics-Kunden bedarfsgerechte Bestellmöglichkeiten im Internet, umfangreiche Informationen zu Produkten und eine kompetente Beratung vor Ort bei den Fachhändlern.

Die Kombination aus Vermittlungsportalen im Internet und dem Service der Fachhändler bietet dem Verbraucher Transparenz bei Preis und Angebot. Damit schließt die Verbundgruppe eine wichtige Informationslücke, damit Verbraucher nicht von Folgekosten überrascht werden.

Serviceorientiert

Von den 108 geprüften Shops bieten laut ecochoice nur wenige ein so umfassendes Serviceangebot und thematisieren Umweltfragen wie die Verbundgruppe. Das Thema Energiesparen spielt dabei bei der Mehrheit der evaluierten Händler keine Rolle. Das Potential dieses Themas hat lediglich eine kleine Gruppe von Distanzhändlern sowie Euronics erkannt.

Um ihren insgesamt 2.065 Mitgliedsbetrieben einen schnellen Überblick über Warenverfügbarkeit, Qualität der Produkte und Zuverlässigkeit der Hersteller und Lieferanten zu geben, hat man die Service-Ampel eingeführt. Hier sieht der Fachhändler auf einen Blick, wie der jeweilige Lieferant in puncto Handlingkosten, Transport oder Garantieabwicklung abschneidet. Außerdem sind hier alle Datenbankeinträge für UE und TK vollständig hinterlegt, was für eine hohe Transparenz sorgt. Mit diesen Maßnahmen sieht sich die Euronics bestens für 2008 gewappnet.

www.euronics-deutschland.de



Die diesjährige Hauptversammlung der Euronics stand unter einem guten Stern. Im ersten Halbjahr konnte die Verbundgruppe die guten Zahlen aus dem letzten Geschäftsjahr bestätigen und ihren Zentralumsatz um 9,3 Prozent steigern. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet man ein zentral-reguliertes Umsatzwachstum von zirka 10 Prozent auf 1,65 Milliarden Euro.



Für Werner Winkelmann (l.) und Benedict Kober (r.) bedeutet Qualität unter anderem, einen exzellenten Service und eine gute Beratung zu liefern.

sprecher der Euronics Deutschland eG. Dabei sind Glaubwürdigkeit und Vertrauen strategische Erfolgsfaktoren, die sich der Fachhandel auch in 2008 durch konsequente Service- und Dienstleistungsorientierung erarbeiten muss.

Handelsschulungen

„Qualität bedeutet aber auch, dass wir als Verbundgruppe die Beratung in den Mittelpunkt stellen. Mit gezielten Qualifizierungsmaßnahmen möchten wir die Mitarbeiter unserer Mitglieder noch stärker als bisher einbinden“, führt Winkelmann aus. Neben dem Weiterbildungsprogramm QSales und neuen Coaching-Angeboten hat sich die Verbundgruppe in 2008 auch eine verstärkte Nachwuchsförderung auf die Fahnen geschrieben. Dazu zählen unter anderem ein neues Trainee-Programm für den Führungskräfte-Nachwuchs sowie die Unterstützung der Mitglieder bei der Bewerberauswahl. Der Erfolg gibt den Ditzingern recht. Im ersten Halbjahr des lau-



Der Markt für elektronische Artikel ist im vergangenen Jahr in Deutschland mit 2,1 Prozent leicht gewachsen, wobei ein Umsatzzuwachs von 32 Prozent zu verzeichnen ist. Nach wie vor steuert die Unterhaltungselektronik mit 30,7 Prozent den Löwenanteil des Umsatzes im Handel bei.



Nach einem starken Konsumschub in den Jahren 2004 und 2005 haben sich die Verbraucherausgaben pro Kopf für CE-Produkte in Deutschland in den letzten beiden Jahren bei rund 406 Euro eingependelt. In diesem Jahr soll sich der Wert leicht auf 409 Euro nach oben bewegen und auch 2009 dort bleiben.



In den vergangenen dreißig Jahren hat sich das ehemals starke mittlere Preissegment immer mehr zurückentwickelt. Übriggeblieben sind das untere sowie das Premiumsegment. Euronics fokussiert sich klar auf das Qualitätssegment, um sich auch langfristig vom Wettbewerb zu differenzieren.



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 Awards®:



Produktgruppe

Unterhaltungselektronik



Plasma-TV
Marke: Panasonic
Bezeichnung: TH42PZ85
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort



LCD-TV
Marke: Samsung
Bezeichnung: LE-46A656A
ausgezeichnet für: Design und Bedienkomfort



LCD-TV
Marke: JVC
Bezeichnung: LT-42S90
ausgezeichnet für: Design und Ökologie



LCD-TV
Marke: Metz
Bezeichnung: Primus 42 FHDTV / R
ausgezeichnet für: Design und Bedienkomfort



LCD-TV
Marke: Metz
Bezeichnung: Linus 42 FHDTV / R
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



LCD-TV
Marke: Panasonic
Bezeichnung: TX37LZD80
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort



LCD-TV
Marke: Hitachi
Bezeichnung: UT32H70E
ausgezeichnet für: Innovation, Design und Bedienkomfort



LCD-TV
Marke: Panasonic
Bezeichnung: TX32LZD80
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort



LCD-TV
Marke: Medion
Bezeichnung: MD36046
ausgezeichnet für: Design



LCD-TV
Marke: ITT
Bezeichnung: ITT LCD 32-4000HD-S2
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



Full HD BluRay-Player
Marke: Panasonic
Bezeichnung: DMP-BD30EG-K
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort



DVD-Recorder
Marke: Panasonic
Bezeichnung: DMR-EH685EG
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



35 in 1-Cardreader
Marke: Hama
Bezeichnung: PhotoPlayer 1080i
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort



Video Enhancer
Marke: Bose
Bezeichnung: VS-2
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



HDMI Switch
Marke: Monster Cable
Bezeichnung: Advanced HDMI Switcher
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



HDMI Kabel
Marke: Monster Cable
Bezeichnung: Advanced HDMI Cable
ausgezeichnet für: Innovation



Monitorkalibrationstool
Marke: Datacolor
Bezeichnung: Spyder3Pro
ausgezeichnet für: Design und Bedienkomfort



Leinwand
Marke: Davision
Bezeichnung: iMasque
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



TV-Möbel
Marke: finite elemente
Bezeichnung: modul
ausgezeichnet für: Innovation, Design und Bedienkomfort



TV-Möbel
Marke: Vogels
Bezeichnung: Compose
ausgezeichnet für: Design



Panel-Halterung
Marke: Vogels
Bezeichnung: Glider
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



Panel-Halterung
Marke: Sanus
Bezeichnung: LRIA & LRF118
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



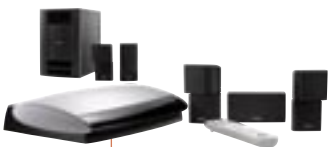
DVD-Entertainment-System
Marke: Bose
Bezeichnung: Lifestyle V30
ausgezeichnet für: Innovation, Design und Bedienkomfort



DVD-Entertainment-System
Marke: Bose
Bezeichnung: Lifestyle V20
ausgezeichnet für: Innovation, Design und Bedienkomfort



DVD-Entertainment-System
Marke: Denon
Bezeichnung: S-302
ausgezeichnet für: Design und Bedienkomfort



DVD-Entertainment-System
Marke: Bose
Bezeichnung: Lifestyle 38
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort



DVD-Entertainment-System
Marke: Bose
Bezeichnung: 3-2-1 GSXL
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



Design-Audio-DVD-System
Marke: JVC
Bezeichnung: NX-F7
ausgezeichnet für: Design und Bedienkomfort



A/V-Receiver
Marke: Denon
Bezeichnung: AVR-4308
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort



Vollverstärker
Marke: Linn
Bezeichnung: Majik-i
ausgezeichnet für: Design und Bedienkomfort



Receiver
Marke: Magnat
Bezeichnung: MC 1
ausgezeichnet für: Bedienkomfort



CD-Spieler
Marke: Audionet
Bezeichnung: ART G2
ausgezeichnet für: Innovation



Plattenspieler
Marke: Clearaudio
Bezeichnung: Statement
ausgezeichnet für: Innovation



Lautsprecher & Netzkabel
Marke: HMS Elektronik
Bezeichnung: Gran Finale Jubilee LS / SL
ausgezeichnet für: Innovation



Netzfilter / Stromverteilung
Marke: HMS Elektronik
Bezeichnung: Energia Definitiva
ausgezeichnet für: Innovation und Design

**Standlautsprecher**

Marke: **Audiodata**
Bezeichnung: **Avancé**
ausgezeichnet für: **Innovation und Design**

**Standlautsprecher**

Marke: **Heco**
Bezeichnung: **The Statement**
ausgezeichnet für: **Innovation und Design**

**Standlautsprecher**

Marke: **Canton**
Bezeichnung: **Karat 770 DC**
ausgezeichnet für: **Design**

**Standlautsprecher**

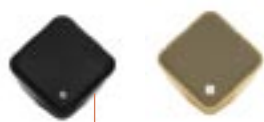
Marke: **finite elemente**
Bezeichnung: **modul LS**
ausgezeichnet für: **Design**

**Standlautsprecher**

Marke: **Boston Acoustics**
Bezeichnung: **HS 450**
ausgezeichnet für: **Design**

**Lautsprecher**

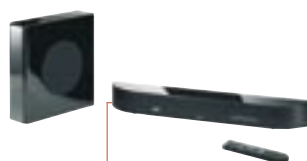
Marke: **Snell Acoustics**
Bezeichnung: **K7**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**Lautsprecher**

Marke: **Boston Acoustics**
Bezeichnung: **SoundWare**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**PA-System**

Marke: **Bose**
Bezeichnung: **L1 Modell II System**
ausgezeichnet für: **Innovation und Bedienkomfort**

**X-Space Surround System**

Marke: **Denon**
Bezeichnung: **DHT-FS3**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**LCD-Lautsprecher-Set**

Marke: **Boston Acoustics**
Bezeichnung: **TVee Modell Two**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**Kabelloser Ohrhörer**

Marke: **Sennheiser**
Bezeichnung: **MX W1**
ausgezeichnet für: **Innovation, Design und Bedienkomfort**

**Surround Kopfhörer**

Marke: **Beyerdynamic**
Bezeichnung: **Headzone Home**
ausgezeichnet für: **Innovation**

**Kopfhörer**

Marke: **Denon**
Bezeichnung: **AH-D2000**
ausgezeichnet für: **Design**

**Kopfhörer**

Marke: **Monster Cable**
Bezeichnung: **Beats by Dr. Dre**
ausgezeichnet für: **Design**

**Kopfhörer**

Marke: **Sennheiser**
Bezeichnung: **PXC 450**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**Ohrhörer**

Marke: **Denon**
Bezeichnung: **AH-C551**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**Ohrhörer**

Marke: **Shure**
Bezeichnung: **SE110**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**High-End-Ohrkanal-Hörer**

Marke: **Sennheiser**
Bezeichnung: **CX 95 Style**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**MP3-Sonnenbrille**

Marke: **Oakley**
Bezeichnung: **SPLIT THUMB**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**WLAN Music System**

Marke: **Denon**
Bezeichnung: **S-52**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**iPod Dockingstation**

Marke: **Bose**
Bezeichnung: **SoundDock**
ausgezeichnet für: **Design und Bedienkomfort**

**iPod Netzwerk-Dock**

Marke: **Denon**
Bezeichnung: **ASD-3W**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**Radio-Wecker**

Marke: **sonoro**
Bezeichnung: **cubo elements**
ausgezeichnet für: **Design**

**Micro HiFi-Anlage**

Marke: **ITT**
Bezeichnung: **MSR 30-100**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**Camcorder**

Marke: **Canon**
Bezeichnung: **HF10**
ausgezeichnet für: **Innovation, Design, Bedienkomfort und Ergonomie**

**Camcorder**

Marke: **Canon**
Bezeichnung: **FS100**
ausgezeichnet für: **Design, Bedienkomfort und Ergonomie**

**Camcorder**

Marke: **Panasonic**
Bezeichnung: **HDC-HS9EG-S**
ausgezeichnet für: **Innovation und Bedienkomfort**

**Camcorder**

Marke: **JVC**
Bezeichnung: **GZ-MG330**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**DSLR-Kamera**

Marke: **Canon**
Bezeichnung: **EOS 450D**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort und Ergonomie**

**DSLR-Kamera**

Marke: **Samsung**
Bezeichnung: **GX-20**
ausgezeichnet für: **Bedienkomfort**

**Digitalkamera**

Marke: **FUJIFILM**
Bezeichnung: **FinePix S100FS**
ausgezeichnet für: **Innovation und Bedienkomfort**

**Digitalkamera**

Marke: **Casio**
Bezeichnung: **EX-F1**
ausgezeichnet für: **Innovation und Bedienkomfort**

**Digitalkamera**

Marke: **Panasonic**
Bezeichnung: **DMC-FZ18EG**
ausgezeichnet für: **Innovation und Bedienkomfort**

**Digitalkamera**

Marke: **Sigma**
Bezeichnung: **DP1**
ausgezeichnet für: **Innovation**

**Digitalkamera**

Marke: **Samsung**
Bezeichnung: **NV24 HD**
ausgezeichnet für: **Innovation und Bedienkomfort**

Produktgruppe

Fototechnologie



Digitalkamera

Marke:

Panasonic

Bezeichnung:

DMC-TZ5EG

ausgezeichnet für:

Innovation und Bedienkomfort



Digitalkamera

Marke:

Canon

Bezeichnung:

Digital IXUS 80 IS

ausgezeichnet für:

Design und Bedienkomfort



Digitalkamera

Marke:

Casio

Bezeichnung:

EX-S10

ausgezeichnet für:

Bedienkomfort



Digitalkamera

Marke:

FUJIFILM

Bezeichnung:

FinePix F100fd

ausgezeichnet für:

Bedienkomfort



Digitalkamera

Marke:

Panasonic

Bezeichnung:

DMC-FX35EG

ausgezeichnet für:

Innovation und Bedienkomfort

Produktgruppe

Telekommunikation



Digitalkamera

Marke:

Ricoh

Bezeichnung:

R8

ausgezeichnet für:

Design



Digitalkamera

Marke:

Panasonic

Bezeichnung:

DMC-FS5EG

ausgezeichnet für:

Bedienkomfort



Digitalkamera

Marke:

General Electric

Bezeichnung:

E 1050

ausgezeichnet für:

Innovation und Bedienkomfort



Smartphone

Marke:

Samsung

Bezeichnung:

SGH-F480

ausgezeichnet für:

Design und Bedienkomfort



Smartphone

Marke:

BlackBerry

Bezeichnung:

BlackBerry Pearl 8110

ausgezeichnet für:

Design



Smartphone

Marke:

Samsung

Bezeichnung:

SGH-i780

ausgezeichnet für:

Bedienkomfort



Smartphone / UMPC

Marke:

HTC

Bezeichnung:

HTC Shift

ausgezeichnet für:

Innovation und Bedienkomfort



PDA-Dual-SIM-Handy

Marke:

General Mobile

Bezeichnung:

DSTW1

ausgezeichnet für:

Innovation, Design, Bedienkomfort und Ökologie



Mobiletelefon

Marke:

Sagem

Bezeichnung:

P'9521

ausgezeichnet für:

Innovation, Design, und Bedienkomfort



Mobiletelefon

Marke:

Samsung

Bezeichnung:

SGH-F110

ausgezeichnet für:

Innovation, Design, und Bedienkomfort



Mobiletelefon

Marke:

Samsung

Bezeichnung:

SGH-U900

ausgezeichnet für:

Design und Bedienkomfort



Mobiletelefon

Marke:

Motorola

Bezeichnung:

U9

ausgezeichnet für:

Design



UMTS-Dual-SIM-Handy

Marke:

General Mobile

Bezeichnung:

DST3GC00L

ausgezeichnet für:

Innovation



Mobiletelefon

Marke:

Sagem

Bezeichnung:

my721X

ausgezeichnet für:

Design



Handy mit Videobrille

Marke:

General Mobile

Bezeichnung:

G777

ausgezeichnet für:

Innovation

Produktgruppe

IT / PC-Technik



BT Headset & Musicplayer

Marke:

Jabra

Bezeichnung:

BT3030

ausgezeichnet für:

Design



DECT-Telefon

Marke:

Jacob Jensen

Bezeichnung:

Telephone 80 DECT

ausgezeichnet für:

Design



DECT-Telefon

Marke:

Panasonic

Bezeichnung:

KX-TG8220GB

ausgezeichnet für:

Ökologie



Media PC

Marke:

Packard Bell

Bezeichnung:

iMax

ausgezeichnet für:

Innovation und Design



Notebook

Marke:

Panasonic

Bezeichnung:

Toughbook CF-T7

ausgezeichnet für:

Design und Bedienkomfort



Notebook

Marke:

Packard Bell

Bezeichnung:

EasyNote XS

ausgezeichnet für:

Bedienkomfort



Notebook

Marke:

Packard Bell

Bezeichnung:

EasyNote SB Limited Edt.

ausgezeichnet für:

Design



Notebook

Marke:

Packard Bell

Bezeichnung:

EasyNote BG Limited Edt.

ausgezeichnet für:

Design



Netzwerk-Administration

Marke:

Xnereus

Bezeichnung:

M85-25835DE

ausgezeichnet für:

Bedienkomfort



Computer MusicMonitor

Marke:

Bose

Bezeichnung:

Computer MusicMonitor

ausgezeichnet für:

Innovation und Design



PC Gaming Headset

Marke:

Sennheiser

Bezeichnung:

PC 350

ausgezeichnet für:

Bedienkomfort



All-in-One-Drucker

Marke:

Kodak

Bezeichnung:

EasyShare EPS 3

ausgezeichnet für:

Design



Tastatur mit Maus

Marke:

Cherry

Bezeichnung:

M85-25835DE

ausgezeichnet für:

Design und Ergonomie



Tastatur mit Maus

Marke:

Microsoft

Bezeichnung:

Wireless Entertainment Desktop 8000

ausgezeichnet für:

Bedienkomfort und Ergonomie



Design-Tastatur

Marke:

Bazoo

Bezeichnung:

Bazzoo Metalboard

ausgezeichnet für:

Design

**Bluetoothmouse**

Marke: Swiss Travel Products
Bezeichnung: MoGo Bluetoothmouse
ausgezeichnet für: Bedienkomfort

**USB Ladegerät**

Marke: Varta
Bezeichnung: USB Charger
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort

**USB Modem**

Marke: Novatel Wireless
Bezeichnung: Ovation MC950D
ausgezeichnet für: Bedienkomfort

**USB-Hub**

Marke: Bazoo
Bezeichnung: Bazoo Glossy Design
ausgezeichnet für: Design

**Webcam**

Marke: Bazoo
Bezeichnung: Bazoo Nano XS
ausgezeichnet für: Bedienkomfort

**Navigationssystem**

Marke: Navigon
Bezeichnung: Navigon 5110
ausgezeichnet für: Innovation, Design und Bedienkomfort

**Navigationssystem**

Marke: Becker
Bezeichnung: Traffic Assist 7928
ausgezeichnet für: Innovation, Design und Bedienkomfort

**Navigationssystem**

Marke: Becker
Bezeichnung: Traffic Assist 7927
ausgezeichnet für: Design und Bedienkomfort

**Navigationssystem**

Marke: Navigon
Bezeichnung: Navigon 8110
ausgezeichnet für: Design und Bedienkomfort

**Navigationssystem**

Marke: Navigon
Bezeichnung: Navigon 2110 max
ausgezeichnet für: Bedienkomfort

**Navigationssystem**

Marke: Navigon
Bezeichnung: Navigon 2110
ausgezeichnet für: Bedienkomfort

**Navigationssystem**

Marke: MERIAN
Bezeichnung: MERIAN scout NAVIGATOR
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort

**Upgrade Prozessor**

Marke: Alpine
Bezeichnung: PXE-H650
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort

**Headunit / Radio**

Marke: JVC
Bezeichnung: KD-AVX44
ausgezeichnet für: Design

**Freisprecheinrichtung**

Marke: Bury
Bezeichnung: CC 9060
ausgezeichnet für: Bedienkomfort

**Ladegerät**

Marke: Monster Cable
Bezeichnung: iCarCharger 200
ausgezeichnet für: Innovation und Bedienkomfort



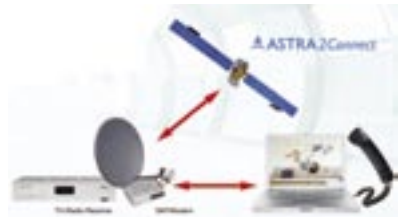
**Besuchen Sie die Hall of Fame des größten Technologie-Contests Europas.
Erleben Sie die Gewinner des Plus X Awards auf der IFA 2008 in Berlin.**

SAT



Astra2Connect jetzt in Belgien und Holland

SES Astra hat mit dem in Belgien ansässigen Internet-Anbieter Satelliet Electronics einen Rahmenvertrag für die Vermarktung seines satelliten-gestützten Zwei-Wege-Breitbanddienstes Astra2Connect in Belgien und den Niederlanden unterzeichnet. Um



einen hochwertigen und kostengünstigen Voice-over-IP (VoIP)-Dienst anbieten zu können, hat Satelliet Electronics Rahmenvereinbarungen mit Siemens, dem niederländischen VoIP-Provider BudgetPhone Company und dem Dienstleister Ardigo Beheer getroffen. Die Vermarktung des Produkts an Endkunden startet am 1. Juni 2008. www.ses-astra.com

HDTV-Receiver skyplus 1800 HD

Das Universalgerät 1800 HD empfängt das hochauflösende Fernsehen HDTV sowie klassisches Digitalfernsehen via Satellit und ist somit neben dem skyplus 2000 HD der zweite HDTV-Receiver der sky vision Eigenmarke skyplus. Mit einem HDMI-Anschluss inklusive HDCP, USB-Schnittstelle, einem Common Interface Schacht, 5.000 Programm-



speicherplätzen und acht Favoritenlisten, EPG, RS232-Schnittstelle und der aktuellen Vorprogrammierung ist der skyplus 1800 HD ein ideales Einstiegsgerät für die ganze Familie. Der Receiver zeichnet sich außerdem durch einen besonders geringen Standby-Stromverbrauch aus. Darüber hinaus verfügt der skyplus 1800 HD über ein achtstelliges alphanumerisches Display, einen zehnfachen Multifunktionstimer, einen Loop-Through-Anschluss sowie ein automatisches Software-Update via Satellit. www.sky-vision.de

DBV-T Receiver SRT 51 von Strong

Der neue SRT 51 bietet sich nicht nur bei Platzmangel als elegante Lösung an oder weil ein klassischer Receiver das Interieur stören würde. Durch den Anschluss an die Scart-Buchse des Fernsehers empfiehlt sich der kleine SRT 51 gerade im Jahr einer



Fußball-EM auch für unterwegs. Wer beispielsweise beim Camping nichts verpassen möchte und nicht noch mehr sperriges (Receiver-)Gepäck mitnehmen will, ist mit dem SRT 51 perfekt bedient. Dabei steht der SRT 51 mit seiner Ausstattung einer klassischen Set Top Box in nichts nach. Vom elektronischen Programmführer EPG über Teletext, Untertitel, 1.000 Programmspeicherplätze, Mosaikfunktion und vielem mehr lässt der Strong SRT 51 keine Wünsche offen. Die Bedienung erfolgt mittels Fernbedienung über das zur Ausstattung gehörende Infrarotauge. Der neue Strong SRT 51 wird ab Juni 2008 zum Preis von nur Euro 79,95 (UPE) im deutschen und österreichischen Fachhandel verfügbar sein. www.strong.de

ORF startet HDTV-Kanal über Astra

Am 2. Juni 2008 startet die Übertragung des ersten deutschsprachigen hochauflösenden Fernsehkanals „ORF 1 HD“, der von einer öffentlich-rechtlichen Sendergruppe im Regelbetrieb ausgestrahlt wird. Damit beginnt der ORF pünktlich zur Fußball-Europameisterschaft im eigenen Land mit dem hochauflösenden Fernsehen HDTV. „ORF 1 HD“ baut auf dem Programmangebot des Senders ORF 1 auf, das zusätzlich zur Standardauflösung künftig im HD-Format ausgestrahlt wird. Die Kooperation mit dem technischen Dienstleister ORS sieht ab Januar 2010 weitere HD-Programme vor, womit dann ein voller Transponder ausgelastet wird. <http://orf.at>

TechniSat bringt Multimedia-Player

Der neue TechniSat TechniMax vereint alle Funktionen eines Multimedia-Players mit einem leistungsfähigen DVB-T-Empfänger in einem Gerät. Er ist mit einem 2-GBYTE-Speicher ausgestattet und kann über den integrierten Mini-SD-Kartenleser mit 4 GBYTE erweitert werden. Über den integrierten DVB-T-Tuner können TV-Programme via DVB-T digital empfangen und auf dem 4,3 Zoll TFT-Display wiedergegeben werden. Der handliche Multimedia-Player ist aufgrund seines geringen Gewichts von ca. 150 g und seinen Maßen 127 x 77,9 x 11,8 mm für den mobilen Einsatz prädestiniert. Eine Akkuladung versorgt den TechniSat-Player für zirka 20 Stunden Musikwiedergabe, rund 8 Stunden



Videobetrieb und etwa 3,5 Stunden Fernsehempfang via DVB-T. www.technisat.de

Hyundai und SetOne kooperieren erfolgreich

Neben dem erfolgreichen Ausbau der Produktpalette konnte die Kooperation bereits zwei umfangreiche OEM Verträge schließen und Distributoren in weiteren europäischen Märkten gewinnen. Diese positive Entwicklung wollen beide Unternehmen fortführen. So wird als Ergänzung des bereits erhältlichen HDTV-Einstiegsmodells SH-3000 nach der Anga Cable in Köln erstmalig eine Kabelvariante dieses Receivers sowie ein HDTV-Festplattenreceiver auf den Markt kommen. Am Hyundai Stand auf der Anga Cable gibt das Unternehmen einen Ausblick auf

Erstes SAT-System auf WiFi-Basis

STRONG SRT 6300 W

DVB-S-System mit Festplatte
Ein Master, zwei Slaves - Dringal TV ohne Kabel!

Jetzt lieferbar!

STRONG
DIGITAL TV

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

www.strong.tv

innovative Produktentwicklungen in weiteren zukunftsreichen Bereichen. Hinzu kommen kombinierte Lösungen verschiedener Empfangswege (DVB-S/T) und IPTV-Empfänger. Der digitalen Vernetzung im Heimkino trägt Hyundai durch eine Serie an W-LAN Receivern Rechnung, welche ebenfalls auf der Anga Cable zu sehen sein wird. www.hdt-europe.eu

iFox HD von Humax auf der Anga Cable

Auf der Anga Cable Messe 2008 erstmals vorgestellt wird ein neuer HDTV-Satellitenreceiver in der Einstiegsklasse, der Humax iFox HD. Dieser HDTV-Receiver mit HDMI-Anschluss zeichnet sich durch besonders einfache Bedienbarkeit sowie sehr gute Empfangseigenschaften aus und ist als Einstiegsreceiver für die ganze Familie konzipiert. Neben der klassischen Ausstattung moderner Digitalreceiver und einem Direkt-einschub für die Smartcard des jewei-



ligen Kabelnetzbetreibers besitzen die iFOX Receiver eine IPTV-Schnitt-

stelle. In Zukunft können die Zuschauer damit bequem auf die internetbasierten Inhalte ihrer Kabelgesellschaft zugreifen und spannende interaktive Zusatzdienste nutzen. „Wir wollen auf der Anga Cable Messe zeigen, dass wir weiterhin einen Schritt voraus denken. Unsere neue Receiver-Generation wird der Digitalisierung seitens der Zuschauer im Kabel einen attraktiven technischen Anreiz liefern und in Zukunft den Mehrwert der digitalen Heimvernetzung ermöglichen“, so Franz Simais, Geschäftsführer der Humax Digital GmbH. www.humax-digital.de

DSL via Satellit mit 2 MBit-Bandbreite

Die Yato Deutschland GmbH kündigt mit yato DSL 2.048 einen Tarif für den professionellen Einsatz an. Die maximalen Bandbreiten werden 2.048 kbit/s für den Download und 128 kbit/s für den Upload betragen. Zahlreiche Privatanwender und Gewerbetreibende mussten vor allem in ländlichen Regionen lange auf breitbandiges Internet verzichten. Durch die Einführung der 2 MBit-Flatrate via Satellit zum Preis von monatlich 79,80 Euro gehört die Internet-Zwei-Klassen-Gesellschaft der Vergangenheit an. Der Kunde benötigt für die Nutzung von yato TriplePlay lediglich ein Modem und eine Satellitenanlage, die nicht nur zum Empfangen, sondern auch zum Senden genutzt wird. Der neue Tarif yato DSL 2.048 richtet sich in erster Linie an kleinere Gewerbetreibende und Mittelständler. Über ein LAN oder



einen W-LAN-Router können auch mehrere Mitarbeiter parallel telefonieren und surfen. Da jeder Kunde seinen Breitbandzugang direkt bei Yato bezieht, entstehen der Kommune keine Kosten für den Aufbau der Infrastruktur. www.yato.de

Spaun Energy Saving Technology

Bei allen Produkten mit eigener Stromversorgung sind Schaltnetzteile mit einem hohen Wirkungsgrad bis auf einige wenige Ausnahmen Standard. Alle Spaun Multischalter mit Schaltnetzteil sind mit einem gut durchdach-

ten Standby-Konzept ausgestattet. Sendet keiner der angeschlossenen Satellitenreceiver eine Speisespannung zum Multischalter, schaltet dieser die Verstärker für den Satelliten-Frequenzbereich und die Spannungsversorgung der LNBs ab. Die Stromaufnahme sinkt deutlich und die immer teurer werdende Stromrechnung wird entlastet. Der Empfang terrestrischer Programme ist auch bei aktiver Standby-Funktion weiterhin möglich. Bereits nach wenigen Monaten macht sich der geringe Mehrpreis eines Multischalters mit Schaltnetzteil und Standby-Funktion gegenüber einem vermeintlich preiswerteren Modell bezahlt. www.spaun.de



Programmlisten-Editor für Humax iCord HD

Humax stellt für den iCord HD ab sofort einen innovativen Programmlisten-Editor bereit. Das einfache Programm „Uniformula“ kann unter www.humax-digital.de heruntergeladen werden und ermöglicht die individuelle Erstellung und Veränderung der iCord HD Programmlisten. Bereits aktualisierte Senderlisten, inklusive der neuen Transponderdaten der ARD-Qualitätsoffensive, stehen ebenfalls zum Download zur Verfügung. Außerdem können die persönlichen Favoritenlisten ganz leicht per Mausklick angepasst werden. Auch die Einstellung der Menüoptionen lässt sich am PC bequem durchführen. Anschließend werden alle Änderungen direkt per USB Stick auf den iCord HD übertragen und automatisch installiert. www.humax.de

SL vertreibt Ferguson Digital-Receiver

Die SL c & t GmbH übernimmt ab sofort den deutschen Vertrieb für Ferguson-Produkte. Das deutsche Unternehmen beliefert nun Fach- und Großhändler in ganz Deutschland mit Receivern des polnischen Herstellers. Eine Übersicht über alle in Deutschland erhältlichen Ferguson-Receiver ist auf der Internetseite der SL c & t GmbH zu finden. www.sl-ct.de

Tele Columbus unterstützt CI+

Tele Columbus prüft derzeit mit dem Verschlüsselungspartner NDS sowie ausgewählten Geräte-Herstellern, inwieweit die CI+ Spezifikation durch ein entsprechendes CI-Modul umgesetzt werden kann. Parallel dazu werden Gespräche mit dem Fachhandel geführt, um den Wettbewerb im Receiver-Markt zu forcieren. Ziel der Initiative ist ein vielfältigeres und flexibleres Hardware-Angebot für alle TV-Endkunden. „Die Schaffung eines neuen CI-Standards ist eine Chance für den offenen Receiver-Markt, der den Kunden mehr Wahlfreiheit sichert und die Digitalisierung im Sinne der Endkunden vorantreiben wird“, betont Markus Schmid, COO und President der Tele Columbus Gruppe. www.telecolumbus.de

Philips: 9000er Flat TV-Reihe in neuem Outfit

Home Entertainment mit Stil

Der Markt für Großbild-Displays wächst. Um sich in diesem Geschäft eine gute Position zu sichern, will Philips Fernsehen zum Erlebnis machen. Mit der 9000er-Serie entsprechen die Niederländer dem Wunsch der Kunden nach Displays, die auffallen und einzigartig sind.

Die neuen Philips Flat TVs der Serien 9700 und 9600 verbinden hochauflösendes Home Entertainment mit anspruchsvollem Design und einer neuen Version des bekannten Ambilight. Die Philips 9700-Serie umfasst Bildschirmgrößen von 42, 47 und 52 Zoll, die 9600er-Größen von 32, 37, 42 und 47 Zoll. Für die richtige Bildqualität sorgt die Perfect Pixel HD Engine mit Clear LCD. Diese Kombination ermöglicht eine kurze Reaktionszeit von zwei Millisekunden bei 100 Hertz sowie die Darstellung von 2.250 Billionen Farben in

1.080p-Auflösung. Bei der Verarbeitung wird jedes Element des Bildverarbeitungsweges, vom HD-Input bis zur Full-HD 1.080p-Ausgabe, berücksichtigt. Philips Ambilight Spectra lässt

den Zuschauer tiefer in das Geschehen eintauchen, indem es die vorherrschenden Bildschirmfarben identifiziert und von der TV-Rückseite an die Wand sowie in Richtung des Zuschauers projiziert.

„Mit der 9700 und 9600 Flat TV-Linie setzt Philips Maßstäbe im schnell wachsenden Markt der Großbild-HDTVs“, sagt Jasmin Bechler,



Jasmin Bechler: „Mit der 9700 und 9600 Flat TV-Linie setzt Philips Maßstäbe im schnell wachsenden Markt der Großbild-HDTVs.“



Die 9000er Flat TV-Reihe von Philips verbindet hochauflösendes Home Entertainment-Erlebnis und modernes Design mit Ambilight Spectra. Die Perfect Pixel HD Engine kann bis zu 2.250 Billionen Farben darstellen. Über vier HDMI 1.3a+ EasyLink Eingänge lassen sich Peripheriegeräte anschließen.

Bewegungsartefakten auch in dunklen Bildteilen erzielt. Im Ergebnis bringt dies ein dynamisches Kontrastverhältnis von bis zu 55.000:1. Ausschlaggebend für das Erscheinungsbild der Geräte ist die Kombination aus Technik und Design: „Was unsere Produkte von anderen unterscheidet, ist ihre Rechenleistung für die Bildverarbeitung, kombiniert mit einem eleganten, modernen Design“, führt Bechler aus. Der Philips Einstellungsassistent

erleichtert die Kalibrierung der Bildeinstellungen. Die Einstellungen lassen sich am Bildschirm auswählen. Mit dem Anschluss-Assistenten erhält man On-Screen-Hilfen für den Anschluss weiterer Komponenten an das Display. Der Anwender kann so die optimalen Anschlüsse für seine Geräte wählen. Wenige Schritte führen ihn am Bildschirm zur bestmöglichen Konfiguration seines TV-Gerätes.

www.philips.de

Jabra

Allroundtalent für coole Auftritte



Jabra BT3030

- 2-in-1 Headset: Sprach- und Musikübertragung
- Austauschbare Ohrstöpsel
- Zwei Tragestile: Umhängekette oder Ansteckclip
- Bis zu 7 Stunden Musik hören
- Bis zu 8 Stunden telefonieren
- Weitere Informationen unter www.jabra.com



Florian Kehrmann
Handballweltmeister 2007

brodos

hama

herweck

INGRAM
MICRO

KOMSA

MICHAEL

NT plus

STRAX

Ideas for life – Ideas for awards



PLUS X AWARD®

ausgezeichnet für:

Innovation

Bedienkomfort

DMP-BD30EG-K



Panasonic
ideas for life



PLUS X AWARD®

ausgezeichnet für:

Bedienkomfort

DMR-EH685EG



PLUS X AWARD™

Ideas for life – Ideas for awards



TX32LZD80



TH42PZ85



TX37LZD80

Panasonic
ideas for life

PLUS X AWARD™

Ideas for life –
Ideas for awards



Panasonic
ideas for life

PLUS X AWARD™

**Ideas for life –
Ideas for awards**



DMC-TZ5EG



DMC-FZ18EG



HDC-HS9EG-S



SDR-SW20

Panasonic
ideas for life

PLUS X AWARD™

AUSGEZEICHNET!

DIE INNOVATIVSTEN



auto
entertainment.de

av magazin.de

CE & MACE
digitalMarkt

DIGITAL
TESTED

demotechnica
The Authority of Audio, Video and Technology

Elektro
markt

imm

koelnmesse
an integrated part of business

marktunddesign
market research | design services | technology management

EDI
MAX

Heisse
Küche

mobile
zeit
the place to go for
mobile entertainment

photokina
world of imaging

ph
TELE

TEN MARKEN DES JAHRES



EP:
ElectronicPartner

E&W
großhandel elektronik



**hanse
control**

HD:TV

**heimkino
markt.de**

**Imaging Foto
contact**

ugged
MARKT VON MÄNNERN

POS-MAIL



Sell IN **OUT**

**smart
homes**
Das intelligente Haus

**spoga gafa
 köln köln**

TECHNIK 21. JAHRE

**TV
SPIELFILM**

Oehlbach: Erster selbstkonfektionierbarer HDMI-Stecker

Passende HDMI-Kabel

Als digitale Schnittstelle hat sich der HDMI-Port zwischenzeitlich durchgesetzt. Vorkonfektionierte Kabel sorgen für sichere Verbindungen zwischen den Geräten. Häufig aber reichen die erhältlichen Längen nicht aus oder sind schlichtweg zu lang. Die Lösung zahlreicher Probleme bei den unterschiedlichsten Installationen kommt jetzt von Oehlbach.

Installateure und private Heimkinofans hatten bisher gleichermaßen das Problem, dass es HDMI-Kabel nur fertig konfektioniert mit HDMI-Steckern gab. Sollte das Kabel unsichtbar in der Wand verlegt werden, mussten verschiedene Probleme gelöst werden: Der Durchmesser des Leerrohres musste deutlich größer gewählt werden – und trotzdem gab es häufig Probleme, insbesondere bei engen Kurvenradien.

Obwohl moderne Geräte der Unterhaltungselektronik wie Blu-ray-, DVD-Player, hochauflösende Fernseher oder Projektoren immer höhere Anforderungen auch an

das verbindende Kabel stellen, wird bei der Verlegung in Gebäuden diesem Umstand überwiegend wenig Rechnung getragen. Der Qualität des „unsichtbaren“ Kabels in der Wand wird bisher bei der Planung zu wenig Aufmerksamkeit geschenkt, was häufig technische Probleme verursacht, die sich hätten vermeiden lassen.

„Wir haben nach einer Lösung gesucht, mit der sich die Probleme bei der Konfektionierung von HDMI-Kabeln vermeiden lassen“, so Ingo Lindner, Marketingleiter bei Oehlbach. „Dabei musste diese vor allem praxistauglich, sicher und für jeden



Ingo Lindner: „Mit unserem neuen HDMI-Stecker-System können Händler, Elektriker und Privatleute ihre HDMI-Kabel selbst herstellen.“



Im Rahmen der neuen Oehlbach PRO IN Serie bieten die Spezialisten aus Stutensee den ersten selbstkonfektionierbaren lötfreien HDMI-Stecker und hochwertige HDMI-Kabel als Meterware an. Das Kabel überträgt HDMI-Signale mit einer Auflösung von 1.080p störungsfrei über eine Länge von bis zu 15 Meter.

die Verbindung lötfrei erfolgt“, so Lindner, „haben wir bei einem 15 Meter langen Kabel mit einer zu übertragenden Auflösung von 1.080p eine perfekte Signalübertragung erhalten. Dies liegt auch an dem passenden Kabel, welches einen Innenleiter aus hochreinem langkristallinen HPOCC Kupfer besitzt.“ Eine dreifache Abschirmung hält Störungen von außen zuverlässig fern. Der Außenmantel des Kabels ist halogenfrei, damit eignet sich das Kabel auch zur Montage in öffentlichen Gebäuden.

Auf der Ende Mai in Köln stattfindenden Anga Cable zeigt Oehlbach in Halle 10.2 am Stand J66 den Besuchern das neue System. „Es ist für Oehlbach eine Premiere auf dieser Messe“, führt Lindner aus. „Wir sprechen mit dem neuen Sortiment eine ganz neue Kundschaft an. Für uns sowie den Fachhandel erschließen sich komplett neue Kundengruppen, denn endlich steht auch in diesem Wachstumssegment hochwertiges Material zum Konfektionieren zur Verfügung.“

www.oehlbach.de

GN Netcom: Partnerportal sorgt für Transparenz

Schnell informiert

Bluetooth-Headsets spielen im Zubehörgeschäft eine wichtige Rolle. Angesichts der Produktvielfalt ist es jedoch schwer, den Überblick zu behalten. GN Netcom stellt in seinem Partnerportal im passwortgeschützten Bereich neben Verkaufs- und Marketinghilfen umfangreiche Kompatibilitätslisten bereit.

Alle GN Partner können jederzeit und von überall mit nur einem Klick auf das Portal zugreifen. Nach der einmaligen Registrierung stehen Händlern unter den Rubriken Verkauf und Marketing kostenlos vertriebsunterstützende Hilfsmittel, Materialien für geplante Kampagnen sowie aktuelle Informationen zu neuen Produkten zur Verfügung.

Abgerundet wird das Schulungsangebot durch die Verlinkung mit den animierten Bedienungsanleitungen der einzelnen Produkte. Besonders die benutzerfreundlichen Headset-Guides sowie die

zugehörige Wissensdatenbank erleichtern dem Händler die tägliche Arbeit. Gerade Bluetooth-Headsets werden als Zubehör immer wichtiger. „Der Markt für

Headsetlösungen ist und bleibt ein Wachstumsmarkt“, bekräftigt Gregor Knipper, Country Manager GN GmbH Deutschland. „Das bestätigen auch aktuelle Prognosen: So werden dem Markt für Bluetooth-Headsetlösungen bis zum Jahr 2011 Wachstumsraten um bis zu 74 Prozent auf 222 Millionen verkaufte Geräte bescheinigt. Da sind enorme Wachstumspotentiale vorhanden! Jeder Händler kann



Gregor Knipper: „Als einziger Headsethersteller bieten wir ein deutschlandweites Vertriebsnetz und unterstützen den Händler vor Ort.“



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

landweites Vertriebsnetz und unterstützen den Fachhändler direkt vor Ort“, führt Knipper aus. Und auch hier liegt der Fokus klar auf dem Handelssupport. „Wir führen unsere Partner kompetent in unser Jabra-Produktportfolio ein, wirken begleitend bei der Kundenbetreuung mit, unterstützen Händler bei Präsentationen und Projekten und sind auch bei Roadshows oder anderen haus-eigenen Veranstaltungen unserer Partner dabei“, so Gregor Knipper. „Eine wichtige Rolle kommt

dem Partnerportal zu. Zusammen mit wichtigen Informationen zu unserem Musterkofferprogramm, dem Schulungsprogramm mit einem Link zum eLearning-Tool auf unsere interaktiven Produktpräsentationen, animierten Bedienungsanleitungen sowie Bestellmöglichkeiten und einem Link zum richtigen Ansprechpartner bedeutet das für unsere Partner Zeitersparnis und weniger Aufwand, da sie alle Informationen jederzeit abrufen können.“

www.gnnetcom.de



The Art Of Technology

SAMSUNG

PLUS X AWARD™

High End – Die Formel

Vom 24. bis zum 27. April fand im M,O,C, in München die Messe „High End“ statt, auf der es um nichts anderes ging als „Der beste Ton. Das beste Bild“. Wir waren für Sie dort.



Grundig-Legende Dr. Burghardt Schwäbe mit seinem „Eternal Arts“-Röhrenverstärker.

Es ist angerichtet

bräuchte oder wollte. Sie ist schlicht unbekannt. Und da zu allem Überfluss auch klassische Konzerte nicht gerade überlaufen sind, fehlt zudem der Maßstab. Und das ist die Krux. Denn das, was ein Mini-Türmchen aus dem Supermarkt für 69 oder das 169-Euro-Heimkinopakete mit fünf Boxen von der Palette verschweigt – man hört es eben doch!

Geiz klingt nicht

Anlässlich der Pressekonferenz des Messeveranstalters High End Society brachte es Wilfried Ehrenholz, Eigentümer des dänisch-deutschen Lautsprecherherstellers Dynaudio, auf den Punkt: „Geiz ist blöd.“ Er sieht eine Verpflichtung der Branche, die High End nicht zur elitären Veranstaltung für wenige Musikbegeisterte zu machen, sondern die Magie hoher Klangqualität auch für normale Menschen zu erhalten und verstärkt zu transportieren.

Aber wo kann man noch ein hoch-

wertiges HiFi-System unmittelbar und beeindruckend erleben? Richtig aufgestellt, mit gemessenen Wand- und Hörabständen und ohne die übliche Menge Unrat zwischen den Boxen, nicht irgendwo lieblos in der Ecke auf einem Stapel, sondern exakt auf einem Rack positioniert, mit sinnvollem Zubehör angereichert und möglichst mit der sogenannten „Single Speaker Demonstration“, bei der nicht neben der angetriebenen Box noch zehn passiv mitangeregte Lautsprecher

ihren ungewollten Beitrag zum Vortrag leisten. Und genau das muss wieder erlebbar werden, wenn man mehr als MP3-Portis und LCD-Panels verkaufen will. Denn die laufen fast von selbst, HiFi dagegen erfordert erlebnisorientiertes Engagement. Wissen die Leute in Ihrem Bekanntenkreis, dass die gute, alte Langspielplatte mit wenig Aufwand besser klingt als die CD? Gut, wir wollen nicht missionarisch werden, der bequeme Silberling wird sicherlich nicht von Vinyl beerbt. Aber die Platte, ohne Kopierschutz und Datenratenbeschränkung, hat immerhin bereits die angeblichen Nachfolgeformate der CD, DVD-Audio und SACD, so gut wie überlebt.

Strömungen

Ein ganz klarer Trend, notwendig auch im Hinblick auf den iPod-Erfolg und das gefühlte Nachwuchsproblem der Branche, ist die Einbindung der portablen MP3-Geräte in die heimische HiFi-Umgebung. Amerikanische Herstellerlegenden wie Krell (Vertrieb Audio Reference) mit der High End-Docking Station „KID“ für 1.500 Euro oder Copulare aus Bayern mit der mechanisch optimierten Kunstkoralen-Basis (ab 2.500 Euro) für das Apple-Kultprodukt, die sogar im „Focus“ wohlwollend besprochen wurde, glauben die Antwort gefunden zu haben.

Anbindungen gab es aber auch bei noch bodenständigeren Herstellern wie B&W, Denon, NAD, Panasonic und Pioneer. Ein weiterer Trend, neben den Dauerläufern des elitären Branchensegments wie Plattenspieler – Neuheiten in klassisch-zeitloser Form gab es hier etwa von Acoustic Solid, Music Hall und Project – und Röhrenverstärker, zeichnet sich beim Thema Server ab. Kaum ein zeitgemäß operierender Hersteller

war ohne Festplattenserver nach München gekommen.

Auch wenn wichtige Anbieter wie Linn und Yamaha fehlten, wurde die Bresche von den deutschen Unternehmen TePax (Arcus) aus Paderborn und T+A aus Herford bravourös gefüllt. Der PC oder zumindest die mit Musik angefüllte Harddisk erfährt – oftmals drahtlos über W-LAN – die Anbindung an die HiFi-Welt. Die Music-Station von Arcus etwa beinhaltet für rund 1.500 Euro neben der 160-GB-Festplatte und dem CD-Laufwerk noch einen 2 x 60 Watt kräftigen Digitalverstärker, ersetzt somit eine herkömmliche Mini-Anlage.

Dass der Flash- oder Plattenspeicher oftmals sogar besser klingt als das mechanisch komplexere und für digitale Zeitfehler (Jitter) anfälliger CD-Laufwerk, sei hier nur am Rande bemerkt. Ein am B+T-Stand demonstrierter CD-Player des US-Herstellers Boulder puffert gar einige Minuten der abgespielten CD in einem Festspeicher und liest die – mehrfach ausgelesenen und von Jitter befreiten – Musikdaten erst aus diesem aus. Kostenpunkt dieses überragenden Spielers: 24.900 Euro. Dass es auch preiswerter – und dennoch gut – geht, beweisen Marken wie Arcam (jüngst als Elektronikschwester bei KEF/GP Acoustics gelandet), Cambridge (Taurus High End, mit neuer Vor-/Endverstärkerkombi), System Fidelity (im IAD-Vertrieb, ab 225



B & W-Zeppelin, iPod Lautsprecher-System

Euro je Komponente), NAD (Dynaudio) und Vincent (Geko). Letztere liefert mittlerweile Wunschlackierungen für die Geräte. Ergänzt wird die Elektronik etwa durch die preiswerten Project-Plattenspieler (ATR) oder die neuen Lautsprecherreihen Dynaudio Excite und Quadral Rhodium (ab 800/400 Euro). Die Boxenhersteller achten zunehmend darauf, dass ihre Schöpfungen auch mit kleinerer Elektronik anzutreiben sind. Hier ist auch für schmalere Geldbeutel Wohlklang drin. Angesichts der mitunter sechsstelligen Lautsprecherpreise in München wirkt die neue Canton Vento Reference 3 aus heimischen Gefilden mit 8.000 Euro Paarpreis und dem Anspruch

auf die Spitzenklasse noch geradezu wie ein Schnäppchen – und klingt hervorragend. Sowohl bei Lautsprechern als auch Geräten drängt „Weiß“ als „Trendfarbe“ in die Wohnstuben.

Bildsprache

Und das „beste Bild“? Es gehört mittlerweile zum guten Ton. Ungeachtet des Zurückruderns privater TV-Sender in Sachen HDTV und der abwartenden Haltung der öffentlich-rechtlichen Anstalten bis zu größeren Sportereignissen in der Zukunft erfreuen sich LCD und Plasma großer Beliebtheit. Vor allem bei Panasonic und Pioneer, wo es künftig eine Teilkooperation geben wird, gab es phantastische Bildqualitäten zu



Panasonic DMP-BD50-3-EG

sehen. Beide Unternehmen liefern auch Blu-ray-Zuspieler (Panasonic DMP-BD50, Pioneer BDP-LX70A) und A/V-Peripherie hoher Qualität sowie DVD/HD-Recorder der absoluten Topklasse (Panasonic DMR-EX98V inklusive VHS-Recorder, Pioneer DVR-LX70D). Pioneer meldete sich jüngst auch mit hochwertiger Zweikanal-Elektronik zurück.

Mitbewerber Denon rundete seine Blu-ray-Player DVD-2500BT (999 Euro) und DVD-3800BD (1.999 Euro) derweil mit einer ultimativen A/V-Prozessor/Endstufen-Kombination (AVP/POA-A1HD) ab. So wächst zusammen, was – für manche – zusammengehört.

Wachsende Bedeutung

Die Messe war geprägt von Wachstum. Die Ausstellungsfläche konnte gegenüber 2007 um etwa 20 Prozent gesteigert werden, ebenso die Zahl der Aussteller. Auffallend war aber vor allem der Zuwachs an ausländischen Fachbesuchern und Journalisten. Das bedeutet, dass die High End unter den Branchenfachmessen zur internationalen Institution geworden ist. Während auf der IFA in Berlin ab diesem Jahr neben Multimedia auch „Weiße Ware“ – hier aber nun im Sinne von Haushaltsgeräten gemeint – zu sehen sein wird, hat sich München in seinem ureigenen Element spezialisiert, unersetzbar gemacht, seine Themen fokussiert. Diese Art von „Reinheitsgebot“ kommt an.

Die High End 2008 in Zahlen

Die High End 2008 war bereits die 27. Veranstaltung ihrer Art und fand – nach langjährigem Aufenthalt im Kempinski Neu-Isenburg nahe Frankfurt – schon zum fünften Mal in Folge im Münchener M,O,C, statt. Sowohl die Anzahl der Aussteller insgesamt als auch der Anteil ausländischer Unternehmen (33%) nahm spürbar zu. Insgesamt 231 Firmen präsentierten auf um knapp 3.000 auf 18.400 Quadratmeter erweiterter Fläche annähernd 800 verschiedene Marken. Der Donnerstag (24. April) als den Fachbesuchern vorbehalten Tag ohne Publikumsverkehr fiel erstmalig nicht auf einen Feiertag. Nach ersten Verlautbarungen konnte die Gesamtbesucherzahl gegenüber dem Vorjahr nochmals um knapp acht Prozent gesteigert werden, was im Ergebnis knapp 14.000 Besucher bedeutet. Stärkster Messtag war der Samstag, hier kamen 35 Prozent mehr als im Vorjahr. Der Termin 2009 wird in Kürze bekanntgegeben. Man möchte zunächst die Zahlen auch im Hinblick auf den ausgefallenen Feiertag analysieren und dann erneut zum wichtigsten Branchentreff nach München einladen.

2-Node Home Theater

TV — ZLX —> [Speaker] [Speaker]

3-Node Home Theater

TV — ZLX —> [ZLT] [ZLT] —> [Speaker] [Speaker]

4-Node Home Theater

Audio Source — ZLX —> [ZLT] [ZLT] —> [Speaker] [Speaker]

Legend:
 ZLT = Sound Link Transmitter / Sender
 ZLX = Sound Link Receiver / Empfänger





Clarion stellt zwei neue Navis der Oberklasse vor

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

Weitere Merkmale sind ein Spurassistent, Informationen über die aktuelle Höchstgeschwindigkeit, eine phonetisch richtige Sprachausgabe für Straßennamen etc. sowie eine extrem schnelle Routenführung. Integriert sind ein TMC-Tuner für aktuelle Verkehrsinfos und Bluetooth mit Freisprechanlage und vielen Features wie Telefonbuchübertragung, SMS-Funktion und Audiostreaming für MP3 und WMA Sound-Dateien. Die beiden portablen Navisysteme bieten auch zahlreiche Multimedia-komponenten. Dazu zählen ein MP3/WMA-Player, der über den integrierten SD-/MMC-Kartenslot mit Daten versorgt werden kann, ein Movie-Player, der alle gängigen Formate wie AVI, WMV, 3GP und MP4 auf dem großen 4,3" Touchscreen abspielt, und ein Picture Viewer, mit dem man sich die gerade geschossenen Fotos direkt ansehen kann. Vorschau- und Diashowfunktionen vereinfachen dabei die Handhabung.

Clarion bietet die neuen Geräte in vier unterschiedlichen regionalen Ausführungen (MAP680) sowie in einer umfassenden Europavariante für über 40 europäische Länder (MAP780) an.

www.clarion.de

Garmin Webseite bietet Tools zur Fußball-EM

Noch wenige Wochen, dann rollt der Ball in unseren südlichen Nachbarländern und viele Fußballbegeisterte werden sich auf den Weg zur Europameisterschaft nach Österreich und in die Schweiz machen. Garmin bietet deshalb für das anstehende Großereignis auf www.garmin.de zahlreiche nützliche Tools und nette Gimmicks zum kostenlosen Download auf das eigene Garmin Navigationsgerät: Auf der Garmin Webseite finden sich alle Spielstätten, Public Viewing Areas und Fanmeilen als Sonderziele (POIs).

Wer auf der Fahrt durchs Nachbarland Flagge zeigen will, kann sein Auto zumindest im Navigationssystem in die entsprechenden Landesfarben tauchen oder sich stilecht von einem Fußball zum Ziel navigieren lassen. „Seit wir mit diesem Paket online sind, steigen die Zugriffszahlen stetig, und mit dem Deutschland Auto ist auch schon ein klarer Download-Favorit etabliert. Dies zeigt, wieviel Spaß Garmin-User daran haben, ihre Navigationssysteme zu individualisieren“, so Susanne Crefeld, Geschäftsführerin Vertrieb und Marketing. „Bestätigt wird dies auch durch die ständig wachsenden Zugriffszahlen im neu geschaffenen POI-Downloadbereich, der seit dem Launch Mitte Februar kontinuierlich um neue Partner ergänzt wird und sich großer Beliebtheit erfreut. Dort können zum Beispiel die Adressen aller Starbucks-Cafes oder Maredo-Restaurants kostenlos heruntergeladen werden.“

www.garmin.de

in.pro präsentiert neuen Navi-Rückspiegel

MirrorPilot heißt ein neues Navigationssystem der in.pro. Herstellungs- und Vertriebs GmbH (D-24558 Henstedt-Ulzburg, Telefon 04193/99990), das als „Rückspiegel“ ausgeliefert wird und in dieser Funktion das Serienteil ersetzt. Als Vorteile im Vergleich zu einem portablen Navigationsgerät nennt der Anbieter den Verzicht auf Kabel und die ungehinderte Sicht durch die Frontscheibe. Da sich das integrierte Display auf Augenhöhe des Fahrers befindet, ist auch die Routenführung gut zu erkennen, und durch die Platzierung der Navigationsanzeige auf der linken Seite des Spiegels wird auch der rückwärtige Blick nicht eingeschränkt.

automatische Abblendfunktion ist vorhanden. Bedient wird das Gerät entweder über die mitgelieferte IR-Fernbedienung oder über Tasten am Spiegelgehäuse. Dort sind außerdem



nicht nur die Lautsprecher und die GPS-Antenne eingebaut, sondern auch ein SD-Card-Slot für die Kartensoftware. Diese liegt je nach gewähltem Paket für Deutschland, Österreich und die Schweiz oder die gesamte EU bei. Eine TMC-Funktion für die Berücksichtigung von Verkehrsmeldungen ist ebenfalls serienmäßig integriert. Auch die dazu erforderliche externe Antenne gehört zum Lieferumfang. Durch seine „Tarnkappe“ und die feste Montage hat der in.pro. MirrorPilot einen weiteren Vorteil gegenüber mobilen Produkten:

Er ist gegen den Zugriff von Dieben geschützt.

www.in-pro.de

Garmin verzeichnet Rekord im ersten Quartal

Garmin hat für das erste Quartal 2008 einen Gewinn- und Umsatzanstieg gemeldet. Das Unternehmen konnte in diesem Zeitraum einen Gesamt-

Ö-Navi bietet jetzt aktualisierte Karten

Ö-Navi hat das Kartenmaterial für die Routenberechnung und Kartendarstellung auf den neuesten Stand (Q4/2007) aktualisiert. Einer der Vorteile der Software Ö-Navi von DasÖrtliche ist, dass Nutzer auf das Kartenmaterial kostenlos zugreifen können. Auf das aktuelle Kartenmaterial kann automatisch zugegriffen werden, denn bei jeder Nutzung können die Routen- und Stadtplaninformationen von einem Server abgerufen werden, auf dem die Daten zentral bereitgestellt sind.

Um immer auf dem neuesten Stand zu sein, nutzt Ö-Navi das Kartenmaterial von Navteq. Mit dem Handy als Navigationsgerät und der kostenlosen Ö-Navi-Software können sich sowohl Autofahrer als auch Radfahrer und Fußgänger bequem leiten lassen. Unter www.oe-navi.de können sich Interessierte über die Funktionen der Software informieren, vom kostenlosen TMC Stauwarnsystem bis zur Zielsuche über die Adressdaten von DasÖrtliche. Dort ist auch zu erfahren, für welche Handy-Modelle die Software geeignet ist, und wer will, kann sich diese direkt auf das eigene Mobiltelefon herunterladen.

www.oe-navi.de

umsatz in Höhe von 664 Millionen US-\$ und damit einen Anstieg um 35 Prozent verglichen mit 492 Millionen US-\$ im ersten Quartal 2007 verbuchen. Weltweit ist der Gesamtumsatz von Garmin im abgelaufenen Quartal in allen vier Produktsegmenten Automotive, Outdoor & Fitness, Marine und Aviation gewachsen.

Stärkster Wachstumsbereich war auch im ersten Quartal 2008 die mobile Straßennavigation. Hier betrug der Umsatzanstieg weltweit 43 Prozent und erreichte 452 Millionen US-\$. Das Wachstum im Segment Marine betrug 30 Prozent auf 56 Millionen US-\$, gefolgt von der Luftfahrt mit 19 Prozent und einem Umsatz von 85 Millionen US-\$. Bei Outdoor und Fitness steigerte Garmin den Umsatz um 16 Prozent auf 71 Millionen US-\$. Die Bruttomarge blieb konstant. Sie liegt 2008 bisher bei 48,2 Prozent, verglichen mit 48,3 Prozent im ersten Quartal 2007. Eine leichte Abnahme vollzog sich bei der operativen Marge, die auf 26,0 Prozent im Jahr 2008 (Q1 2007: 28,1 Prozent) sank. Die Ergebnisse pro Aktie erhöhten sich ebenfalls. Sie stiegen um fünf Prozent auf 0,67 US-\$ gegenüber 0,64 US-\$ im Vergleichszeitraum. Unter Ausschluss von Währungseinflüssen war der Gewinn in diesem Jahr ebenfalls größer als im Zeitraum 2007. Er belief sich auf 0,69 US-\$ und ergab damit eine Gewinnsteigerung von 17 Prozent gegenüber 0,59 \$ im Vorjahr.

www.garmin.de

TomTom stellt neue Navigationsgeräte TomTom One und TomTom XL mit Map Share-Technologie vor

TomTom hat als neueste Modelle seiner preisgekrönten Autonavigationsgeräte den TomTom One und den TomTom XL vorgestellt. Auf der Grundlage der Ergebnisse von Kundenfeedback hat TomTom das Design beider Neuheiten von Grund auf überarbeitet. Das Bemühen um Benutzerfreundlichkeit wird durch die Einführung einer neuen Halterung beim TomTom One und beim TomTom XL auch hinsichtlich der Anbringung des Navigationsgerätes im Auto erneut unterstrichen. Die „EasyPort“ genannte neue Frontscheibenhalterung ist auf der Rückseite des Geräts angebracht, lässt sich in alle Richtungen drehen und nach Verwendung einfach zusammenklappen. Das komplette Navigationsgerät – inklusive Halterung – ist dadurch extrem handlich und

lässt sich in Hemd-, Hosen- oder Handtaschen transportieren. Darüber hinaus wurde das Audiosystem beider neuen Geräte komplett überarbei-



tet. Sprachansagen sind nun klar und deutlich verständlich – auch bei einem höheren Geräuschpegel im Auto, etwa wenn das Radio läuft oder sich Kinder im Auto befinden. Je nach Vorliebe kann der Nutzer verschiedene weibliche und männliche Navi-

gationsstimmen auswählen. Der TomTom One mit seinem 3,5-Zoll LCD-Touchscreen steht laut Hersteller für kompromisslose Handlichkeit und Mobilität, der TomTom XL mit seinem 4,3-Zoll LCD-Breitwandformat-Touchscreen soll besonders die



Käufer ansprechen, die Wert auf ein großes und damit gut ablesbares Display legen. Der neue Tom Tom One (die weltweit meistverkaufte Navigationsproduktreihe) und der TomTom

XL lösen die aktuelle TomTom One 3rd Edition- und die TomTom One XL-Reihe ab und sind ab sofort verfügbar.

Der neue TomTom One und der TomTom XL sind mit der TomTom Map Share-Technologie und der Garantie auf neueste Karten ausgestattet. Der One Regional und der XL Regional sind mit vorinstalliertem Kartenmaterial von Deutschland, Österreich, der Schweiz, Liechtenstein und neun osteuropäischen Ländern zu haben. Auf dem One Europe und dem XL Europe sind Karten von 31 west- und osteuropäischen Ländern installiert. Die neuen Produkte sind TMC-kompatibel – die Traffic-Modelle haben einen RDS-TMC-Verkehrsinformationsempfänger in der Box.

www.tomtom.com

Die
ausgezeichneten

4



you can
Canon

PLUS X AWARD™

Strada wird bei Panasonic zur strategischen Kategorie Businessplan übererfüllt

„Wir haben den Businessplan übererfüllt und deutlich mehr Geräte verkauft als wir vermutet haben. Deshalb haben wir beschlossen, das Portfolio in den kommenden Monaten deutlich auszubauen, um in neue Preisbereiche und neue Vertriebskanäle vorzustoßen.“ Masaaki Suna, als Leiter Marketing bei Panasonic Deutschland unter anderem für Car Media zuständig, zeigte sich im Gespräch mit PoS-MAIL mit dem bisherigen Erfolg der jungen Strada Navigationssysteme im deutschen Markt zufrieden. „Die Entwicklung der Verkaufszahlen hierzulande hat die Konzernzentrale in Japan veranlasst, Strada offiziell zu einer Untermarke von Panasonic zu machen.“

Damit steigen die Produkte in den Rang einer strategischen Kategorie innerhalb des Panasonic Konzerns auf. „Das bedeutet“, so Suna, „dass die Marke weiterhin gepusht werden soll und die Unterstützungsmaßnahmen durch das Hauptquartier in Osaka ausgebaut werden.“ Dies wird sich auch positiv auf den Fachhandel in Deutschland auswirken, denn zu den Unterstützungsmaßnahmen gehören nicht nur höhere Budgets für Marketing und Kommunikation, sondern auch erhöhte Anstrengungen bei der Produktentwicklung.

So soll im Herbst eine ganze Reihe neuer Modelle auf den Markt kommen, die das bislang nur aus zwei Modellen (dem Strada GP50 mit und ohne TMC) bestehende „Sortiment“ ergän-

zen. Bislang sind die Ausstattungsmerkmale dieser Neuheiten noch streng geheim, aber ein Blick auf die anderen Hersteller lässt Verbesserungen vor allem hinsichtlich der Kartendarstellung und der Geschwindigkeit der Routenberechnung erwarten.

Den schnellen Erfolg von Strada in Deutschland führte Panaso-



Mit Strada hat Panasonic jetzt auch bei den Navigationssystemen offiziell eine Untermarke im Consumer Electronics Markt etabliert.

Modell über die Großfläche in den Markt zu bringen. „Wir sind zwar nach wie vor ein Unternehmen, das den spezialisierten Fachhandel als wichtigen Partner sieht, aber bei der Einführung von

von innovativen Ausstattungsmerkmalen aufweisen, die die Produkte nicht nur im Vergleich mit dem Wettbewerb gut aussehen lassen, sondern sie werden damit auch dem beratungskompetenten Fachhandel Verkaufsargumente für den PoS liefern. „Und das alles in Preisregionen, die auf die von uns anvisierte Zielgruppe der älteren, gut verdienenden und rational denkenden Kunden zugeschnitten sind, die für ihr Geld Produkte mit einem optimalen Preis-/Leistungsverhältnis erwarten“, so Langbehn.

Ebenfalls treu werde man der Philosophie bleiben, leicht bedienbare Geräte auf den Markt zu bringen, die sich problemlos in das heimische HD-Netzwerk einfügen, das Panasonic in der Vergangenheit unter anderem mit Lumix Kameras und Viera TV-Geräten in den verschiedenen Produktsegmenten der CE-Welt geschaffen habe. „Beispielhaft für den Netzwerkgedanken steht bei uns das Viera Link System, mit dem es möglich ist, mit nur einer Fernbedienung alle Elemente seiner Heimkino- oder Multimediaanlage zu Hause zu steuern“, führte Langbehn aus. „Auch die Strada Navigationsgeräte fügen sich ins gesamte Panasonic Portfolio ein“, ergänzte Suna, „indem sie zum Beispiel mit ihren großen und qualitativ hochwertigen Displays sowie der Fotofunktion die Bilder einer Lumix Kamera, die sich auf einer SD-Karte befinden, in

hervorragender Qualität darstellen.“ Mit dieser Fähigkeit würden die Strada Geräte unter anderem für den Fotohandel interessant, da sie auch als „Diabetrachter“ benutzt werden könnten. Suna: „Mit Hilfe der großen Strada Displays lassen sich die Fotos schon vor Ort direkt nach der Aufnahme besser begutachten als auf dem Kameradisplay, und wenn man die Bilder im Freundeskreis zeigen will, dann kann man das Gerät herumreichen, so wie man es früher mit einem Fotoalbum gemacht hätte.“

Wie bei Panasonic üblich, können sich Fachhändler auch beim Verkauf von Strada auf die Unterstützung durch das Unternehmen verlassen. So stehen speziell entwickelte Displays, Folder und Informationsmaterialien für den Point of Sale zur Verfügung, und mit Anzeigenschaltungen in Special Interest Zeitschriften und anderen Marketingmaßnahmen wie etwa dem Messeauftritt vor wenigen Wochen auf der Car+Sound in Sinsheim will Panasonic für hohe Bekanntheit der Marke beim Endverbraucher sorgen.

Navigation im Breitformat

Mit dem Strada CN-GP50N und dem Strada CN-GP50TC hat Panasonic im Oktober 2007 seine ersten mobilen Navigationssysteme vorgestellt. Beide Modelle unterscheiden sich durch ihre Ausstattung mit oder ohne TMC. Sie bieten einen großen Bildschirm mit einer Diagonale von 12,7 Zentime-



tern (fünf Zoll) im Breitbildformat. Touchscreen mit intuitiv zu bedienender grafischer Benutzeroberfläche sowie die Bluetooth-Freisprechfunktion sind weitere Kennzeichen der Strada Geräte. Die unverbindlichen Verkaufspreisempfehlungen lauten 399 Euro (Strada CN-GP50N) und 449 Euro (Strada CN-GP50TC).



Für die Präsentation der Strada Geräte im Handel hat Panasonic spezielle Displays entwickelt.

nic Marketing-Manager Michael Langbehn in erster Linie auf die Navigations-Erfahrungen des Unternehmens im Heimatmarkt Japan zurück. „Dort stellt Panasonic seit Jahren Navigationssysteme für den Festeinbau her und ist klarer Marktführer“, so Langbehn. „Dass wir trotz des relativ späten Einstiegs in den recht hart umkämpften Markt der mobilen Navigation im Oktober 2007 die Erwartungen übertroffen haben, liegt ohne Zweifel auch an der Erfahrung, die Panasonic bereits in diesem Segment sammeln konnte.“

Ein weiterer Erfolgsfaktor sei die Tatsache, dass man sich entschlossen habe, das erste Strada

Strada war die Fläche zum einen wegen der dort gedrehten Stückzahlen, zum anderen wegen der traditionellen Nähe zu den Themen Panasonic Autoradios und Panasonic Car Entertainment der geeigneteren Vertriebskanal“, so Suna. Der Fachhandel könne sich aber darauf einstellen, dass ihm mit den für den Herbst geplanten Neuheiten auch Produkte zur Verfügung stehen werden, die in sein Portfolio passen.

„Dabei werden wir unserem Motto treu bleiben, Geräte in höheren Preisklassen anzubieten, um dem Handel die Chance zu geben, gute Erträge zu erzielen“, meinte Langbehn. Die kommenden Stradas werden demzufolge eine Vielzahl



Die Verpackungen der Strada Geräte sowie Werbe- und Verkaufsmaterialien für Strada Produkte weisen ein einheitliches Design mit den von Beginn an kommunizierten Wiedererkennungsmerkmalen wie dem Strada Logo auf.



Ausgezeichnete Vielfalt



JVC

PLUS X AWARD™

Vernetzung wird für Agfeo immer wichtiger

Sichere Investitionen in IP

Der Bielefelder Telefon- und Telefonanlagenhersteller Agfeo hat auch das Geschäftsjahr 2007 wieder mit einem Plus gegenüber dem Vorjahr abgeschlossen und damit den stetigen Wachstumskurs der Vergangenheit fortgesetzt. Die Basis für diesen Erfolg liegt zum einen in der eigenen Stärke des inhabergeführten Unternehmens und zum anderen darin, dass in den letzten Jahren erstmals starke Anbieter an Bedeutung im Markt ver-

loren haben. So zeichnet sich Agfeo beispielsweise dank kompetenter Mitarbeiter durch große Innovationskraft aus, die sich in marktgerechten Produkten äußert. Das frühzeitige Erkennen von Trends, das modulare und flexible Konzept der Produkte und die sich daraus ergebende Investitionssicherheit für die Nutzer sowie die konsequente Konzentration auf den Partner Fachhandel sind weitere Erfolgsfaktoren.

Aktuellstes Thema bei Agfeo ist IP. Dabei geht es dem 1947 von Hermann Boelke unter dem Namen Apparatebau Gesellschaft für Fernmeldetechnik/Feinmechanik, Elektronik und Optik (kurz: Agfeo) gegründeten Unternehmen nicht nur um Detailbereiche wie Telefonie und Datenaustausch

mann. Natürlich ist das beschriebene Szenario nicht ganz ernst gemeint, aber vor allem für kleine Unternehmen mit mehreren Standorten ist die immer einfacher werdende Möglichkeit der Vernetzung inzwischen zu einem wichtigen Thema geworden.

Optimierung der Kommunikation

Reduzierung der Telefonkosten, vor allem dort, wo man noch nicht auf eine Telefonie-Flatrate zurückgreift, und Optimierung der Kommunikation im Unternehmen sind hier die wichtigsten Gründe. Hirschmann: „Durch die hohe Flexibilität unserer IP-Tk-Anlagen können entfernte Standorte telefonisch über ASIP, also Agfeo System IP, in ein Netzwerk eingebunden und Tk-Anlagen können miteinander über die sogenannte IoP-Technologie, also ISDN over IP, vernetzt werden.“ Außerdem könnten auch fremde SIP-Geräte problemlos an den entsprechenden Agfeo-Telefonanlagen angemeldet werden, so dass Unternehmen ihre bereits vorhandene Infrastruktur weiterhin nutzen können.

Diese Flexibilität und der modulare Aufbau der Produkte aus dem Hause Agfeo bieten Unternehmen eine hohe Investitionssicherheit. „Nur wenige andere Branchen neben der Telekommunikation haben in den vergangenen Jahrzehnten gezeigt, wie schnell Technologien und Standards veralten. Mit seiner Entscheidung für Agfeo kann der Käufer sicher sein, dass wir auch zukünftig flexibel auf den Markt reagieren und möglichst viele Technologien in den Anlagensystemen vermitteln werden“, führte Hirschmann aus. „Wir sind heute in der Lage, in dieser Hinsicht mit IP, IoP, ASIP, ISDN, analog, Up0 und auch EIB/KNX, letzteres übrigens als derzeit einziger Anbieter im Markt, Unterstützung bei der Hardware zu bieten und

bei der Software mit Windows, Apple und Linux alle relevanten Betriebssysteme bedienen zu können.“ Nutzer könnten sich dabei darauf verlassen, dass alle Neuheiten stets abwärtskompatibel sein werden und dass sich alle Tk-Anlagen von Agfeo auch zukünftig per Update auf den neuesten Stand bringen lassen.

Agfeos IoP-Technologie nutzt ISDN im Netzwerk

Mit der von Agfeo entwickelten ISDN over IP (IoP) Technologie werden standardisierte ISDN-Daten in ein Netzwerk transferiert. Somit stehen alle bekannten Leistungsmerkmale der Agfeo ISDN Tk-Anlagen im Netzwerk zur Verfügung. Bei IoP handelt es sich also nicht um eine leitungsvermittelte Kommunikation (wie beim normalen Telefonnetz), sondern um eine paketorientierte Vermittlung über ein Netzwerkprotokoll (TCP/IP). Anders als bei Voice over IP wird jedoch zur Kommunikation kein spezielles, proprietäres IP-Endgerät benötigt. Bei



Komplexe Themen wie Haussteuerung, Gebäudeautomation und Vernetzung von Standorten werden für Agfeo immer wichtiger.

IoP werden eventuell vorhandene, normale ISDN-Endgeräte oder digitale Agfeo Systemtelefone über ein Netzwerk mit der Anlage verbunden. Die Art des Netzwerks ist nahezu beliebig. Egal ob Glasfaser, Kupferkabel, Wireless LAN oder WAN (DSL, Standleitung) etc.

ISDN verliert nichts an seiner Aktualität

Nicht nur, weil die IoP-Technologie im eigenen Haus entwickelt wurde, ist sich Hirschmann sicher, dass das Thema ISDN und ISDN-Tk-Anlagen auch in den kommenden Jahren nichts an Aktualität verlieren wird. „Abgesehen davon,

dass viele Unternehmen in den vergangenen Jahren in ISDN investiert haben und keinen Grund sehen, eine funktionierende Technik grundlos gegen etwas Neues auszutauschen, gibt es eine ganze Reihe von Gründen, die immer noch für ISDN sprechen“, führte der Agfeo-Marketingleiter aus. „So ist zum Beispiel unbestritten, dass viele IP-Telefonate derzeit immer noch eine sehr schlechte Qualität haben oder sogar zusammenbrechen. Außerdem bezweifeln vor allem Unternehmen, die sensible Daten austauschen, zu Recht, dass VoIP gegenwärtig einen vergleichbaren Sicherheitsstandard gewährleisten kann wie ISDN. Alles, was im Internet kursiert, ist schließlich mehr oder weniger einfach zu hacken.“

Einfache Integration in Netzwerke

Agfeos IoP-Technologie erleichtert es zudem, Heim- oder mobile IP-basierte Arbeitsplätze in ein Unternehmensnetzwerk zu integrieren. „Dazu ist es notwendig, dass sich die neu geschaffene Nebenstelle ohne Komplikationen in das Gesamtsystem einfügt, damit der externe Teilnehmer Zugriff auf alle Daten im Unternehmen hat“, erläuterte der Agfeo-Marketingleiter. „In Verbindung mit unserer IoP-Technologie kann so ein interner ISDN-Anschluss über das IP-Netz übertragen werden. Er bietet dabei denselben Komfort wie ein konventioneller Arbeitsplatz.“



Käufer von Agfeo-Systemtelefonen können sicher sein, ihre Geräte nach dem Kauf stets durch einfache Software-Updates auf den neuesten Stand bringen zu können.



Lutz Hirschmann

über das Internet, sondern um komplexe Themen wie Haussteuerung, Gebäudeautomation und Vernetzung von Standorten.

Klassische Telefonie verliert an Bedeutung

„In zehn Jahren läuft vieles über das Internet Protokoll“, sagte Agfeo Marketingleiter Lutz Hirschmann im Gespräch mit PoS-MAIL voraus. „Derzeit beschäftigen sich viele Privatanwender und Unternehmen aller Größenordnungen vor allem mit dem Thema Voice over IP, aber das Internet wird in den kommenden Jahren auch noch für andere Anwendungen als Sprache genutzt werden.“ Er gehe davon aus, so Hirschmann, dass in naher Zukunft das klassische Telefonkabel bedeutungslos werden und durch Netzkabel ersetzt werden wird. „Sie können dann, rein theoretisch, ihre Haustür nicht nur über ihr Heimnetzwerk öffnen, wenn es klingelt, sondern auch über das Internet, wenn Sie zum Beispiel gerade im Urlaub auf den Kanarischen Inseln und dort online sind“, so Hirsch-

AUSGEZEICHNET



BOSE® Computer MusicMonitor™



BOSE® SoundDock® Portable Digital Music System



PLUS X AWARD® 2008:

Eine starke Marke gewinnt!
Gewinnen Sie mit Bose!



BOSE® LIFESTYLE® V30 Home Entertainment System



BOSE® 3-2-1® GSXL DVD Home Entertainment System



BOSE® LIFESTYLE® V20 Home Entertainment System

BOSE® L1® Modell II System



BOSE® LIFESTYLE® VS-2 Video Enhancer



BOSE® LIFESTYLE® 38 DVD Home Entertainment System

BOSE
Better sound through research®

PoS Aktuell

E-Plus ernennt neuen Chief Technical Officer

Der E-Plus Aufsichtsrat hat Rafal Maciej Markiewicz zum neuen Chief Technology Officer der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG berufen. Als Mitglied der Geschäftsführung ist er seit dem 1. Mai verantwortlich für die Netzentwicklung und Netzinfrastruktur der E-Plus Gruppe. Der gebürtige Pole wechselt vom führenden polnischen Mobilfunknetzbetreiber PTC, wo er zuletzt als stellvertretender CTO tätig war, zur E-Plus Gruppe. Nach einem Studium an der Technischen Hochschule Warschau in den Fachbereichen Telekommunikation und Elektronik und einem berufsbegleitenden Betriebswirtschaftsstudium an der Warschauer Universität absolvierte der Ingenieur und Betriebswirt seit 1996 diverse Stationen bei PTC. Schwerpunkte waren unter anderem Netzentwicklung, -ausbau und -kapazitätsmanagement. Im April wurden außerdem Dr. Jörg Ehmer, seit Januar 2007 Chief Sales Officer der E-Plus Gruppe, und Dr. Andreas Gregori, seit November 2006 Chief Marketing Officer, vom E-Plus Aufsichtsrat in gleicher Funktion in die Geschäftsführung der E-Plus Mobilfunk GmbH & Co. KG berufen. www.eplus.de

Günter Hofmann geht in den Ruhestand

Nach 16 Jahren bei Plantronics hat Günter Hofmann den Headset-Spezialisten aus Hürth verlassen und ist in den Ruhestand gegangen. Mit Hofmann begannen 1992 alle Aktivitäten des US-amerikanischen Herstellers in Central Europe (Deutschland und fünf weitere europäische Länder). Hofmann baute damals von Grund auf sämtliche Strukturen in den Bereichen Sales, Marketing und Channel auf und begann damit seine Karriere in der Funktion des Marketing-Vertriebsleiters und Geschäftsführers.

Ende 1999 kamen dann noch die Bereiche Retail- und Consumer für Mobile und Computer-Headsets dazu. Hofmann machte Plantronics zum



Marktführer in Central Europe und übergab seine Aufgaben der DACH-Region im April 2007 an Isa Oldemeyer. Von April 2007 bis zu seinem Ausscheiden fungierte Hofmann als Head of OEM/Carrier auf europäischer Ebene. www.plantronics.de

Vodafone führt neue Telefonie-Flatrate ein

Vodafone hat sein Flatrate-Portfolio erweitert und die SuperFlat XL für 79,95 Euro pro Monat eingeführt. Das neue Angebot umfasst eine Flatrate für nahezu unbegrenzte nationale Standardtelefongespräche in das deutsche Festnetz, das deutsche Vodafone-Netz und alle anderen deutschen Mobilfunknetze. Die SuperFlat XL kann zu einem monatlichen Basispreis von 79,95 Euro bei einer Mindestlaufzeit von 24 Monaten gebucht werden. Der einmalige Anschlusspreis beträgt 24,95 Euro. Benötigt der Kunde ein subventioniertes Handy, zahlt er lediglich zehn Euro mehr pro Monat. Die SuperFlat mit Familienvorteil (9,95 Euro pro Monat für Telefonie-Flat ins Vodafone- und Festnetz) kann ebenfalls hinzugebucht werden. www.vodafone.de

O₂ will 2008 die Zahl der Shops verdoppeln

O₂ Germany will die Zahl seiner Shops mittelfristig deutschlandweit auf 1.100 erhöhen. Derzeit gibt es in

aetka unterstützt seine Mitglieder jetzt auch bei der Pressearbeit

Viele Handels-Unternehmen tun sich häufig schwer mit eigener Pressearbeit. Gründe dafür gibt es viele: Im Tagesgeschäft fehlt die Zeit, niemand kennt sich mit dem Thema aus, keiner fühlt sich zuständig. Dabei ist Pressearbeit sehr effektiv und hilft, das Vertrauen der Kunden in das Unternehmen zu stärken und den Bekanntheitsgrad des Fachhändlers bzw. des Systemhauses in seinem regionalen Umfeld zu steigern. Um diese Situation zu ändern, hat die Fachhandelskooperation aetka ein neues Leistungspaket für ihre Mitglieder zusammengestellt: Das aetka-Pressekit führt die Partner systematisch und anschaulich in die Kunst der gelungenen Kommunikation mit den Medien ein. Das Pressekit, eine blaue Box im aetka-Design, enthält eine „Bedienungsanleitung“ für aktive regionale Pressearbeit, eine CD und eine Beispiel-Pressemappe. Die Anleitung erklärt, wie die Fachhändler selbst aktiv auf die Medien zugehen können und schlägt mögliche Anlässe und Themen für eine Pressemitteilung vor. Anhand einer Checkliste bauen sich die aetka-Partner in einfachen Schritten eigene Kompetenz für die professionelle Zusammenarbeit mit Journalisten auf. Best-Practice-Beispiele zeigen, wie regionale Medien bereits über aetka-Partner berichtet haben. Auf einer CD finden die aetka-Fachhändler digitale Vorlagen für die Struktur des Firmenporträts und der Pressemitteilung, aetka-Logos in unterschiedlichen Formaten sowie hochwertige Bilder zu verschiedenen Themen.



Deutschland zirka 570 Shops. Darüber hinaus will das Unternehmen 350 Premium Partner gewinnen, indirekte Vertriebskanäle, die in erster Linie O₂ Produkte und Services vermarkten. Allein dieses Jahr sollen 130 Premium Partner dazukommen. Interessenten und Kunden können in den Shops aktuelle Produkte ausprobieren – vom Handy mit mobilem Internet-Zugang über den DSL- und Festnetz-Anschluss für zu Hause bis hin zum Smartphone O₂ XDA für anspruchsvolle Business-Kunden. „In unseren Shops erhalten Kunden kompetente Beratung und alle Produkte für ihre Kommunikations-

Leistungen von aetka für die Pressearbeit der Partner sind vielfältig. Der Grad der Unterstützung kann variieren: Auf Wunsch schreibt aetka das Firmenporträt oder die Pressemitteilung nach den Vorgaben oder Themenwünschen des aetka-Partners. Er muss sie dann nur noch versenden. aetka verfasst für die Händler auch einen regelmäßig erscheinenden „aetka-Tipp“. Der aetka-Tipp ist ein kurzer, kompetenter und nicht-werblicher Ratgebertext rund um Telefonie, Internet und Navigation. Die Fachhändler versenden den aetka-Tipp unter ihrem Namen an die lokalen Medien als Beitrag für die sehr beliebten Ratgeber- oder Verbraucherseiten. Beispielthemen sind: „Wie verlängert man die Lebensdauer des Handy-Akkus?“ oder „Mit dem Handy ins Internet: Wie geht das eigentlich?“. Der aetka-Tipp wendet sich an Verbraucher ohne großes technisches Wissen und gibt praktische Tipps. Dadurch empfiehlt sich der aetka-Partner als kompetenter Ansprechpartner in allen Belangen rund um Telekommunikation und digitale Vernetzung. Das Pressekit inklusive aetka-Tipp kostet einmalig 23 Euro (bzw.

11,50 Euro für aetkaPlus- oder aetkaPremium-Partner) und kann über das Onlineinformationstool Karlo.de oder direkt beim aetka-Kundenbetreuer bestellt werden. Das Verfassen einer Pressemitteilung für den Partner im Wert von 95 Euro unterstützt aetka für aetkaPlus- und aetkaPremiumPartner mit 50 Prozent durch Verrechnung mit dem WKZ-Konto. www.aetka.de

bedürfnisse aus einer Hand. Für die Nähe zu unseren Kunden ist die Erweiterung um neue Shops sehr wichtig“, meinte Lutz Schüler, Geschäftsführer Marketing & Sales bei O₂ Germany. „Auch unseren Partnern eröffnen sich durch das integrierte Angebot von Mobilfunk, Festnetz und DSL attraktive Geschäftsmodelle.“ Mit dem Shop-in-Shop-Konzept erschließt sich O₂ neue Vertriebskanäle: Auch Tankstellenbesitzer oder Supermarktbetreiber können nun O₂ Produkte in ihr Angebot aufnehmen. www.o2online.de

my-eXtra vertreibt exklusiv Neonode N2

Premiere auf dem deutschen Mobilfunkmarkt: Als erster Distributor vertreibt my-eXtra das N2 des schwedischen Mobiltelefonherstellers Neonode. Ab sofort ist das neuartige Multimedia-Handy mit Touchscreen-Technologie exklusiv in bundesweit über 500 my-eXtra Shops erhältlich. my-eXtra bietet das Neonode N2 zusammen mit den vier original Mobilfunknetzen T-Mobile, Vodafone,



E-Plus und O₂ an. Je nach Tarif ist das moderne Design-Handy bereits ab einem Euro erhältlich. „Neonode überzeugt mit einem leistungsfähigen und handlichen Multimedia-Mobiltelefon, das durch sein intuitiv bedienbares Touchscreen eine ausge-

zeichnete Benutzerfreundlichkeit bietet“, so Stefan Vitzithum, Vorstand Einkauf und Produkte bei my-eXtra. „Neonode befindet sich mit dem N2 auf Augenhöhe mit den etablierten Markenherstellern.“ Detaillierte Produkt-Informationen zum Neonode N2 online unter www.neonode.com.

www.my-extra.com

Web.de präsentiert neue WebBaukasten-Version

Web.de hat eine um viele zusätzliche Features erweiterte Version seines WebBaukastens vorgestellt. Damit können insbesondere Privatpersonen oder kleine Gewerbetreibende auch ohne Programmierkenntnisse in fünf Schritten eine eigene Homepage anlegen und publizieren. Der WebBaukasten bietet eine Auswahl von mittlerweile mehr als 1.000 Design-Vorlagen. Eigene Banner, Logos oder Blog-Elemente können ebenso integriert werden wie Intros auf Flash-Basis. Bei der Anlage der Seitenstruktur unterscheidet der WebBaukasten in Design-Vorlagen für Privat-Anwender oder für Unternehmen. Die Seiten-Inhalte lassen sich individuell gestalten und werden stets im finalen Layout angezeigt. Am Ende des Gestaltungsprozesses wird die fertige Homepage über einen letzten Klick im Internet veröffentlicht. Der WebBaukasten ist Teil des Web.de Mail Domain & Hosting-Paketes und beinhaltet eine Internet-Adresse mit einer beliebigen Top-Level-Domain (.de, .com, .eu, .org, .biz, .name, .net, .info) sowie Speicherplatz von einem Gigabyte. Für die Kommunikation stehen den Kunden bis zu 500 E-Mail-Adressen zur Verfügung. Mitglieder des Web.de Clubs erhalten das komplette Web.de MailDomain & Hosting Angebot für monatlich 99 Cent. www.web.de

T-Mobile und Nokia verstärken Zusammenarbeit beim mobilen Internet

T-Mobile und Nokia wollen ihre bisherige Zusammenarbeit ausbauen und damit vor allem die Nutzung neuer Internetdienste und persönlicher und sozialer Communities über Mobiltelefone vorantreiben. Durch die Kooperation können die europäischen Kunden beider Unternehmen mit vielen Nokia-Geräten einfacher und schneller auf T-Mobile web'n'walk sowie alle Nokia Ovi Onlinedienste zugreifen.

T-Mobile und Nokia werden gemeinsam die Mobilisierung sozialer Vernetzung voranbringen. Die beiden Unternehmen werden den Community-orientierten T-Mobile-Dienst MyFaves, der seit Oktober 2007 in Europa verfügbar ist, in enger Partnerschaft weiter ausbauen und dabei auf die Erfahrung von Nokia zurückgreifen. Im Fokus der Zusammenarbeit steht auch der Bereich Widgets, wo T-Mobile mit seinem web'n'walk-Angebot eine noch größere Usergemeinschaft anspricht. web'n'walk von T-Mobile bietet den Kunden einen sofortigen und anpassungsfähigen Zugang zu ihren bevorzugten Internet- und Nachrichtendiensten.

Nokia wird seine Geräte an die T-Mobile-Kunden anpassen, um ausgewählte T-Mobile-Dienste anbieten zu können, die nahtlos in Nokia-Geräte integriert werden. Ebenso können T-Mobile-Kunden mit ihren Nokia-Geräten die Internetdienste von Nokia zum Beispiel im Musik-, Karten- und Spielebereich nutzen.

Bereits im März hatten T-Mobile und Nokia das neue

Nokia 6650 angekündigt, ein Gerät das exklusiv für T-Mobile hergestellt wird und ab Juli in Europa erhältlich sein wird. Die aktuelle Zusammenarbeit ist nun der nächste Schritt zur Intensivierung der Partnerschaft beider Unternehmen.

„Wir freuen uns, dass wir unsere Zusammenarbeit mit Nokia weiterführen können, denn das unterstreicht unsere führende Position im Bereich Innovation“, erläuterte Christopher Schläffer, Group Product & Innovation Officer der Deutschen Telekom. „Leistungsfähige Geräte und unser mobiles Breitbandnetz garantieren unseren Kunden einen einfachen Zugriff auf T-Mobile-Dienste sowie auf ergänzende Dienste von Nokia, so dass ihnen eine noch größere Auswahl an mobilen Kommunikations-, Informations- und Unterhaltungsdiensten zur Verfügung steht.“

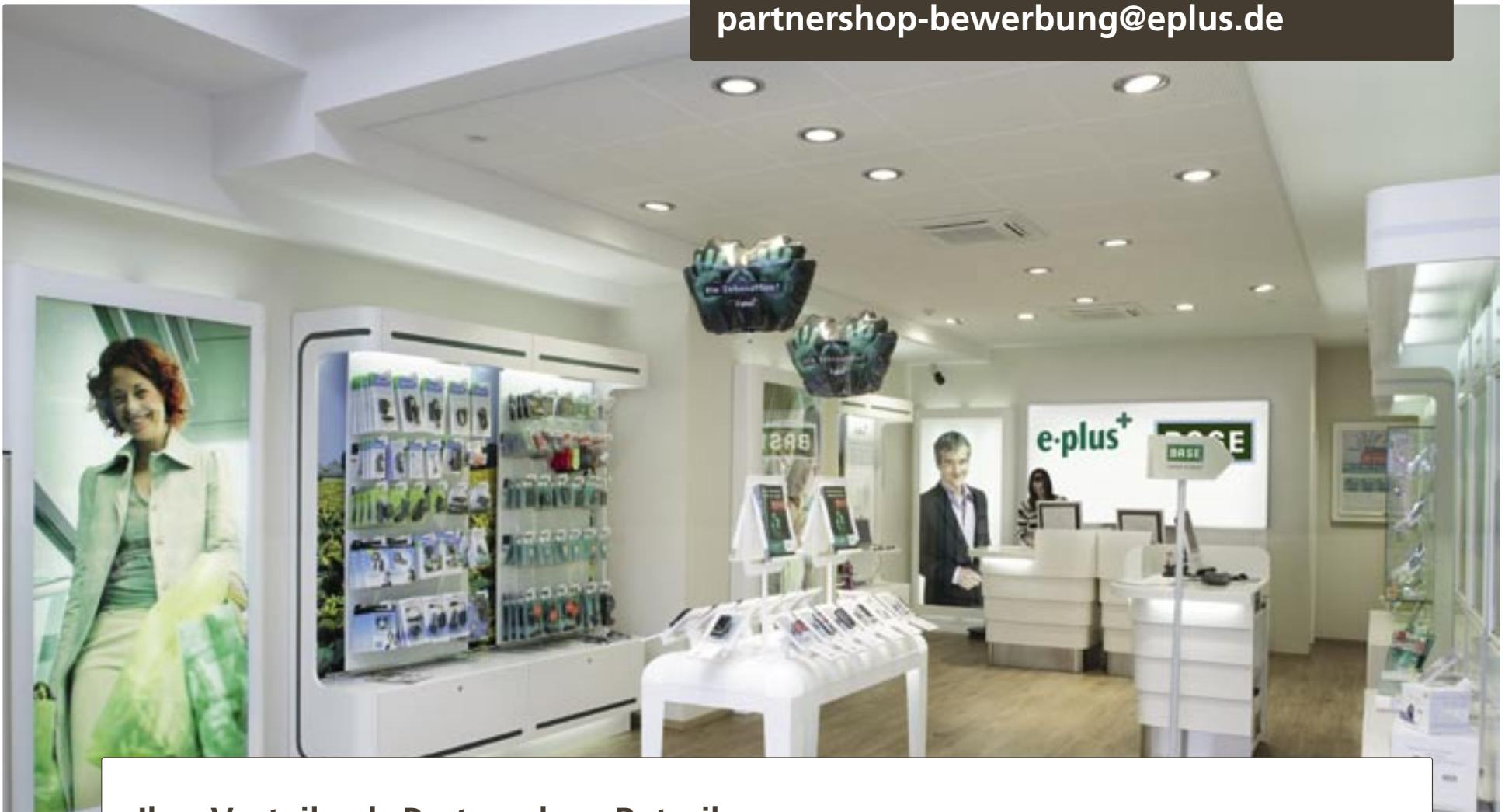
Auch Anssi Vanjoki, Executive Vice President, Markets, begrüßte den Ausbau der Zusammenarbeit: „Wir freuen uns auf die Ausweitung der gut funktionierenden Zusammenarbeit mit T-Mobile und werden sie bei führenden Angeboten unterstützen, denn diese passen sehr gut zu unseren Ovi-Diensten. Durch einen einfachen Zugang zu zahlreichen Diensten werden die Menschen ihr Mobiltelefon auf noch vielfältigere Weise nutzen und das Web 2.0 bzw. die nächste Web-Generation erlebbar machen. Wir möchten, dass unsere Kunden wählen können, auf welchen Internetdienst sie mobil zugreifen möchten.“ www.t-mobile.de/www.nokia.de

Bereit für neue Herausforderungen?

DIE E-PLUS GRUPPE SUCHT MOTIVIERTE UNTERNEHMER ALS PARTNERSHOP-BETREIBER.

Sie möchten Teil eines erfolgreichen Geschäftsmodells werden, bei dem beide Seiten voneinander profitieren? Dann sind Sie bei uns genau richtig! Werden Sie selbständiger E-Plus Partnershop-Betreiber und profitieren Sie von attraktiven Vorteilen. Wir setzen auch in Zukunft auf gute Partnerschaft und gemeinschaftliches Agieren am Markt.

Schicken Sie Ihre Bewerbung per E-Mail an:
partnershop-bewerbung@eplus.de



Ihre Vorteile als Partnershop-Betreiber:

- Fixe und lukrative Margen je nach Tarifklassen sowie zusätzliche Provisionen
- Individuelles Standortbewertungs-Modell zur Überprüfung optimaler Immobilien
- Hochwertige Ladenausstattung und Shop-Mobiliar
- Kostenlose, individuelle Marketing-Maßnahmen zur Shop-Eröffnung
- Die Einbindung in bundesweite Werbekampagnen
- Kompetente Betreuung durch Ihren persönlichen E-Plus Vertriebsbeauftragten
- Regelmäßige Produkt- und Vertriebstrainings mit unseren Professionals

Herweck lädt zur 6. Perspectives

Wenn der Distributor Herweck am 6. Juni zum sechsten Mal seine Hausmesse Perspectives veranstaltet, dann soll der kleine saarländische Ort Kirkel wieder zum Mittelpunkt der Telekommunikationsbranche werden. Insgesamt 50 Aussteller, ein attraktives Seminarprogramm und die Abendveranstaltung im Saarbrücker E-Werk werden den Fachhändlern hinreichend Gelegenheit zur Information und Kommunikation mit den Vertretern der Lieferanten und Kollegen geben.

Die Aussteller präsentieren den Besuchern aus dem Fachhandel auf der Perspectives eine Vielfalt an Produktneuheiten und Messeangeboten. Neben den Netzbetreibern wie O₂, T-Mobile und E-Plus stellen führende Hersteller aus dem Telekommunikations- und IT-Bereich auf insgesamt 1.000 m² ihr Produktportfolio vor. Interessante Workshops, nicht nur zu neuen Techniken und Dienstleistungen, sondern auch zur erfolgreichen Vermarktung, sollen neue Impulse geben und Ideen fürs Tagesgeschäft liefern. Die Händler können zwischen 25 verschiedenen Veranstaltungen wählen. Dazu zählt auch ein Vortrag des Herweck-Vorstandsmitglieds Dieter Philippi, der im

Schulungscenter der Herweck AG selbst regelmäßig Seminare hält. Der Titel dieses Vortrags lautet: „Verkaufen war sein Leben – Der Versuch eines Rückblicks auf ein Verkäuferleben“.

Exklusive Messerabatte

Die Herweck Perspectives ist für die aus ganz Deutschland anreisenden Fachhändler unter anderem interessant, da exklusiv auf der Messe spezielle Aktionen und Rabatte angeboten werden. Besonderen Wert legen die Mitarbeiter und der Vorstand von Herweck auf das persönliche Gespräch mit den Fachhändlern. Dieser intensive Kontakt und der offene Austausch über neue Produkte und Services haben schon

im letzten Jahr die Besucher begeistert. „Dieser Messetag ist eine lohnende Investition für jeden IT- und TK-Händler“, betonte Jörg Herweck, Gründer und Vorstand des saarländischen Distributors.

Abendveranstaltung

Um 19.30 Uhr beginnt die Abendveranstaltung im Saarbrücker E-Werk, eine der angesagtesten Party Locations im Südwesten. Die begehrten Karten zur Abendveranstaltung werden tagsüber auf der Messe vergeben. Kulinarische Highlights und mehrere musikalische Topacts werden die knapp 1.000 erwarteten Besucher nicht enttäuschen.

Fachhändler, die die Veranstaltung besuchen wollen, können sich online unter www.perspectives.herweck.de/ anmelden. Dort finden sie auch eine Liste der teilnehmenden Hersteller und Informationen zu den Workshops.

Eine telefonische Anmeldung ist außerdem bei Gabriela Palinkas unter 06849-9009-353 möglich.



Abends können sich die Besucher der Herweck Perspectives im Saarbrücker E-Werk auf kulinarische Köstlichkeiten und musikalische Topacts freuen.

Ziel erreicht.



PLUS X AWARD™

See the bigger picture with GE digital cameras



Exclusive
Digital Camera
Licensee

General Imaging™

PLUS X AWARD™

E-Plus lud Fachhandelspartner zur Roadshow Erfolg durch „Offensive 08“

„Offensive 08“ lautete das Motto der Fachhandels-Roadshow, zu der E-Plus seine Handelspartner eingeladen hatte. Die jährlich stattfindende Veranstaltung bietet den Partnern des Düsseldorfer Mobilfunkunternehmens die Möglichkeit, sich mit der E-Plus Gruppe intensiv auseinanderzusetzen. Bei zahlreichen Vorträgen und Diskussionsrunden konnten sie Informationen sammeln und sich mit den anderen Händlern auf einem Infomarkt austauschen. PoS-MAIL war Ende April Gast auf der Veranstaltung im Signal Iduna Park in Dortmund.

In seiner Begrüßungsansprache vor den Händlern der (wie von mehreren Rednern betont wurde, erfolgreichsten) Region West, verwies Dr. Jörg Ehmer, Chief Sales Officer, zunächst auf „das äußerst erfolgreiche Jahr 2007, das erfolgreichste Geschäftsjahr der Unternehmensgeschichte“. Die Unternehmensbilanz zeige, dass E-Plus der am schnellsten

auf allen Seiten, bei den Anwendungen ebenso wie bei den Nutzern, den Service Providern sowie den Netzbetreibern. Und neue Marktteilnehmer wie Google stehen schon in den Startlöchern.“ E-Plus werde sich den Herausforderungen stellen und mit neuen Ideen dafür sorgen, dass das Unternehmen weiter wachse. „Das wollen wir gemeinsam mit

Freiberufler und Selbständige gedacht. Eppler: „Mit der Anfang Februar eingeführten Base Pro Linie habe man ein Produkt geschaffen, das optimal auf die Bedürfnisse der SoHo-Kunden zugeschnitten sei und von den Handelspartnern begeistert aufgenommen werde.“

Spannendste Marke

Uli Coenen, Direktor Vertriebsunterstützung, zeigte sich ebenfalls mit der Entwicklung des vergangenen Jahres zufrieden, machte aber darauf aufmerksam, „dass zum einen immer noch 85 Prozent der Kunden beim Wettbewerb sind und zum anderen 80 Prozent aller Telefonieinheiten in Deutschland im Festnetz vertele-

foniert diene: Neue Tarife und neue Kommunikation ebenso wie neues PoS-Material. Schließlich stellte Coenen die Änderungen beim Quality Partner Programm vor. Hier ging es vor allem um Art und Umfang der Möbel- und Außendarstellung, die Abgrenzung zu Partnershops und E-Plus-Shops und die Tatsache, dass bei den Unterstützungsmaßnahmen nicht mehr zwischen High Quality Partnern und Quality Partnern unterschieden wird.

Partner Samsung

Abgerundet wurde die Vortragsreihe durch Björn Simski, Senior Sales Manager Telecom Division

bei Samsung. Er stellte die Produkt-Highlights des Unternehmens, die Marketingmaßnahmen, die das Unternehmen zur Einführung des neuen Soul-Handys in Zusammenarbeit mit Michael Ballack entwickelt hat und das Starlights-Partnerprogramm von Samsung vor.

Kicker-Turnier

Nach einer Diskussionsrunde, an der neben den Rednern aus dem Hause E-Plus auch Stephan Laumann, Regionalleiter, E-Plus Handel West, als offizieller Gastgeber der Dortmunder Veranstaltung teilnahm, konnten die Gäste zum Abschluss noch an einem Kicker-Turnier teilnehmen.



Dr. Jörg Ehmer, Chief Sales Officer E-Plus, im Gespräch mit Moderator Matthias Opdenhövel.

und vor allem am profitabelsten wachsende Anbieter im deutschen Tk-Markt sei.

Der Erfolg beruhe dabei auf verschiedenen Säulen. Eine davon sei das Engagement des Handels, der laut Ehmer seit Monaten mit 37 Prozent einen stabilen Anteil beim Abschluss von Neuverträgen habe. Ein anderer Erfolgsfaktor sei die Tatsache, dass die E-Plus Gruppe immer wieder den Mut beweise, Dinge anders zu machen als andere. Hier nannte Ehmer als Beispiele die Mehrmarkenstrategie, die Einführung einer Flatrate mit der Marke Base und die jüngst eingeführte Möglichkeit, den Kunden Geräte zum Mieten anbieten zu können.

Diese Kreativität soll auch im laufenden Geschäftsjahr genutzt werden, um den Erfolg der vergangenen Jahre zu wiederholen. Ehmer: „Der Markt wandelt sich

dem Handel tun“, so Ehmer. „Sie sollen am Ende des Jahres sagen können, es war richtig, dass ich mich für eine Partnerschaft mit E-Plus entschieden habe.“

Wichtigstes Standbein

Auch Marcus Eppler, Director Trade, unterstrich die Bedeutung des Handels, „der innerhalb der E-Plus-Gruppe das wichtigste Standbein ist“. Besonders erfreulich sei laut Eppler, dass im Fachhandel jeder zweite Laufzeitvertrag ein Base Vertrag sei. „Hier zeigt der Handel, dass er erkannt hat, dass Base ein klares Fachhandelsprodukt ist, mit dem er erfreuliche Erträge erzielen kann“, meinte Eppler.

Die Beratungskompetenz des Handels wolle man in diesem Jahr verstärkt nutzen, um neue Zielgruppen anzusprechen. Hier sei vor allem an Kleinunternehmer,

foniert werden“. Um das zu ändern, habe man die drei starken Marken Base, E-Plus und vybemobil im entsprechenden Zielgruppensegment platziert. Base spreche dabei vor allem die „Großstadt-Twens“ an und fungiere als Wachstumstreiber durch die Möglichkeit zur Neukundengewinnung, E-Plus wende sich vorrangig an Familien und diene in erster Linie dazu, Bestandskunden zu halten, und vybemobil orientiere sich am Lebensgefühl einer jungen Nutzergruppe und sei dazu konzipiert worden, als zweites Standbein im Neukundengeschäft die Kunden der Zukunft an das Unternehmen zu binden.

Im Mittelpunkt stehe jedoch die Marke Base, „die wir“, so Coenen, „zur spannendsten und ungewöhnlichsten Marke ausbauen wollen“. Dazu werde alles bereitgestellt, was dem Ziel stärkerer

E-Plus-Gruppe setzt Wachstum auch im ersten Quartal 2008 fort

Das Düsseldorfer Mobilfunkunternehmen E-Plus hat seinen profitablen Wachstumskurs der vergangenen zwei Jahre im ersten Quartal 2008 fortgesetzt. Bei verschiedenen Erfolgskennziffern verzeichnete E-Plus in den ersten drei Monaten des Jahres ein spürbares Plus. Damit wächst das Unternehmen weiter gegen den allgemeinen Markttrend.

Die Umsätze aus Mobilfunkdienstleistungen wuchsen im Vorjahresvergleich im ersten Quartal um 6,8 Prozent von 660 auf 705 Millionen Euro. Der Marktanteil am Serviceumsatz stieg von 13,5 Prozent im

Prozent im Vergleich zum Vorjahr auf 284 Millionen Euro zu. Das profitable Wachstum zeigte sich ebenfalls in der EBITDA-Marge: Mit 37,6 Prozent im ersten Quartal lag diese erneut auf Augenhöhe mit den Marktführern. Die gestiegenen Umsätze wurden bei gleichzeitig sinkenden Kosten erzielt. Dies resultiert aus der Umsetzung der Herausforderer-Strategie des Unternehmens, die über attraktive Marken und Vermarktungsstrategien die Kundengewinnungs- und Kundenbindungskosten erheblich reduziert hat. Diese Kosten liegen 20 Prozent unter dem Vorjahreswert.

„2007 konnte im Markt nur die E-Plus Gruppe bei Umsatz und Ergebnis zulegen. Seit über zwei Jahren wachsen wir deutlich positiv gegen den Trend“, stellte Thorsten Dirks, CEO der E-Plus Gruppe, fest. „Das laufende Geschäft zeigt, dass wir in diesem Jahr an die Erfolge anknüpfen. Wir erzielen nachhaltig profitables Wachstum. Dieses stützen wir durch neue Partnerschaften und strategische Zukäufe insbesondere im Vertrieb.“ Der Zukauf von blau Mobilfunk im stark wachsenden Discount-Segment sowie die Übernahmen des Mobilfunkhändlers SMS Michel und der über 50 ehemaligen Tchibo-Ladenlokale in bester Lage unterstrichen dies. Auch zum dynamischen Ethno-Segment habe die E-Plus Gruppe neben der Eigenmarke Ay Yildiz nach Zukäufen nun über die Partnermarken blauworld und Ortel einen verbesserten Zugang.



Thorsten Dirks

Vorjahr auf etwa 14,7 Prozent. Durch einen starken Teilnehmer- und Nutzungszuwachs konnten umsatzmindernde Faktoren wie die geringeren Roaming-Entgelte und niedrigere Terminierungsentgelte mehr als kompensiert werden. Bereinigt um diese Faktoren erhöhte sich der Serviceumsatz um etwa zehn Prozent.

Als Ergebnis legte das EBITDA im abgelaufenen Quartal um 12,3

Neu und visionär – schon jetzt mit Auszeichnung!



Unbestechlich.



GX-20



NV24 HD



SAMSUNG

PLUS X AWARD™

TK



LinTech Comfort macht die parallele Nutzung von zwei Bluetooth-Handys möglich

Die neueste Version der Bluetooth-Freisprechanlage Comfort von LinTech ermöglicht die einfache und schnelle Nutzung zweier Handys über ein und dieselbe Freisprechanlage. Mit dem innovativen Dualmodus kann der Nutzer per einfachem Tastendruck frei zwischen zwei an der Anlage angemeldeten Handys hin- und herschalten. Entwickelt wurde diese Funktion in erster Linie für Autofahrer, die unterwegs neben einem Privat- auch ein Diensthandy benutzen. Berufskraftfahrer, Taxifahrer oder Außendienstmitarbeiter stehen bisher vor dem Problem, dass sie während der Fahrt entweder nur mit dem privaten oder dem Diensthandy telefonieren können: Geht ein Anruf auf dem nicht mit der Freisprechanlage verbundenen Mobiltelefon ein, darf dieser nicht angenommen werden. Der Dualmodus der LinTech Bluetooth-Freisprechanlage Comfort ermöglicht nun, mit nur einem Tastendruck an der Freisprechanlage die Verbindung zum klingelnden Handy herzustellen, so dass der Anruf über die Freisprechanlage entgegengenommen werden kann. Sofern der Anrufer im Telefonbuch des Handys gespeichert ist, erscheint sein Name auf dem Display, da das Telefonbuch beim erstmaligen Verbinden in der Anlage bereits gespeichert wurde. Ist der Anrufer nicht im Telefonbuch gespeichert, wird die Nummer des Anrufers gezeigt. Daneben bietet der Dualmodus auch die Möglichkeit, frei zu wählen, mit wel-

chem Handy ein Anruf getätigt werden soll. Die einzige Voraussetzung ist die Bluetoothfähigkeit der Handys und deren einmaliges Bekanntmachen (Koppeln) mit der LinTech Freisprechanlage. Als weitere Neuerung bietet die Bluetooth-Freisprechanlage Comfort die Möglichkeit, Musik oder Sprache per Bluetooth von einem Navigationsgerät, einem Handy oder MP3-Player auf Autoradios zu übertragen, die nicht über einen Aux-In-Eingang verfügen. Das Autoradio wird bei dieser Funktion auf „mute“ (stumm) gestellt. Für ältere Comfort Freisprechanlagen stehen die neuen Funktionen als Firmware-Update zur Verfügung. www.lintech.de

Mit dem neuen G502 von Sony Ericsson kann man schnell im Internet surfen



Mit Hochgeschwindigkeit ins Internet zu gelangen, war bislang meist ein Merkmal reiner Business-Handys. Jedoch weiß jeder Internetnutzer, wie komfortabel es ist, mit Hochgeschwindigkeit zu surfen. Mit dem G502 präsentiert Sony Ericsson ein Mobiltelefon, das zu einem günstigen Preis neben einfacher Benutzerführung auch HSDPA-Geschwindigkeit für die Online-Nutzung bietet. „Mit dem G502 haben wir es geschafft, die mobile Nutzung des Internets als praktisches und unaufdringliches Feature zu integrieren“, erklärte Gunter Thiel, Marketingleiter Sony Ericsson Deutschland. „Das Handy ist intuitiv zu bedienen und unterstützt den Nutzer beispielsweise bei der Einrichtung seines E-Mail-Kontos. Zugleich bietet es dank

HSDPA schnellen Zugriff auf alle Inhalte des World Wide Web.“ Das G502 ist mit der neuesten Version von Google Maps for Mobile ausgestattet. So kann man sich detaillierte Karten in Satellitenansicht ansehen und dazu Listen örtlicher Restaurants und Hotels abrufen, einschließlich verfügbarer Kritiken oder Bewertungen. Die Navigation funktioniert nach Angaben des Herstellers sehr einfach: Dazu muss der Nutzer nur den Ausgangs- und Zielort eingeben, und er erhält eine präzise Beschreibung, wie er zum gewünschten Ort gelangt.

E-Mails auch unterwegs zu empfangen ist kein Privileg für Geschäftsleute. Besitzer des G502 können ihr eigenes Webmail-Konto ganz einfach mit dem Handy verknüpfen. Ein benutzerfreundlicher „Setup-Wizard“ führt durch eine Reihe unkomplizierter Schritte, mit denen man sein bestehendes E-Mail-Konto einrichten und anschließend sofort auch direkt mit dem Sony Ericsson G502 unterwegs abrufen kann. Und für alle, die Push-E-Mail benötigen, unterstützt das G502 zusätzlich Exchange Active Sync für Sicherheit und umfassende Mobilität.

Dank HSDPA ist der Zugriff auf das Internet mit vierfacher UMTS-Geschwindigkeit möglich. Und wenn man eine bestimmte Website besonders oft besucht, kann man einen RSS-Feed nutzen und gelangt so mit



einem einzigen Klick über den Handy-Desktop direkt auf die gewünschte Seite. Mit der vorinstallierten Wetterbericht-Applikation kann der Nutzer jederzeit schnell das Wetter checken, bevor er aus dem Haus geht. Das G502 ist ein HSDPA/Tri-Band, EDGE-Handy und voraussichtlich ab dem zweiten Quartal in den Farben Champagne, Black und Brilliant Hazel erhältlich. Die UVP liegt bei 199 Euro.

www.sonyericsson.de

Hör- und Sehgeschädigte telefonieren mit ampliteq Telefonen komfortabler



Die neuen ampliteq Telefone PowerTel 580 Combo, 580 und 500 machen das Telefonieren für Personen mit eingeschränktem Hör- und Sehvermögen einfacher und komfortabler. Jedes der Geräte bietet ein extra großes Display mit Hintergrundbeleuchtung sowie sehr helle SignalleDs an Basis und Mobilteil. Diese machen zusätzlich zum Klingelton durch Aufleuchten auf eingehende Anrufe aufmerksam. Die Tasten der neuen PowerTel-Geräte sind besonders groß und mit einer kontrastreichen Beschriftung versehen. Das integrierte Telefonbuch kann bis zu 200 Nummern mit Namen speichern, die per Kurzwahltaste aufgerufen werden können. Mit zahlreichen

Komfortfunktionen für Hörgeschädigte beweist ampliteq mit der neuen Produktlinie seine Kompetenz in der Entwicklung von Spezialfunktionen für Personen mit audiovisuellen



Behinderungen. So kann die Ruftonlautstärke an der Basis auf bis zu 90 dB eingestellt werden. Zusammen mit dem optischen Anrufsignal werden alle Anrufe problemlos wahrgenommen. Um dem Telefonat auch mit schweren Hörproblemen folgen zu können, kann auch die Empfangslautstärke bei allen Geräten am Mobilteil bzw. Telefonhörer auf maximal 35 dB hochgeregelt werden.

Außerdem sind die Mobilteile mit einer Empfangsverstärkertaste ausgestattet, die eine schnelle Anpassung der Lautstärke während des Anrufs ermöglicht. Die Lautstärke wird nach dem Auflegen wieder auf den Werkzustand zurückversetzt. Auch die Freisprechfunktion am Mobilteil ist problemlos möglich, da sie ebenfalls extra laut eingestellt werden kann. Die neuen PowerTel-Telefone von ampliteq gibt es in drei Ausführungen. Die unverbindliche Preisempfehlung für das PowerTel 580 Combo beträgt 169 Euro, für das PowerTel 580 129 Euro sowie für das PowerTel 500 99,95 Euro.

www.ampliteq.com

Drei neue Nokia Mobiltelefone verbinden klassisch-elegantes Design mit modernen Funktionen



Nokia hat drei neue Handys vorgestellt, die elegante und anspruchsvolle Formgebung mit modernster Technik verbinden. Nokia 6600 fold, Nokia 6600 slide und Nokia 3600 slide präsentieren sich in schlankem, minimalistischem Design und bieten eine große Auswahl an Funktionen. Die Auslieferung der Neuheiten soll im dritten Quartal beginnen.

• Nokia 6600 fold: Mit einem Tastendruck geöffnet, offenbart das elegante Nokia 6600 fold ein helles OLED-Display mit 5,4 cm Diagonale und 16,7 Millionen Farben. Die Rückseite des Gerätes präsentiert sich wie aus einem Stück gegossen. Während das Gerät dank dieser sanften Formgebung in geöffnetem Zustand angenehm in der Hand liegt, macht es geschlossen einen dezenten und kompakten Eindruck. Durch zweimaliges Tippen auf die Glanzoberfläche lässt sich das versteckte Außendisplay „aufwecken“. Dort können dann verschie-



dene Funktionen genutzt werden; so lassen sich beispielsweise der Alarm abstellen oder ein eingehender Anruf stumm schalten oder ablehnen. Dank integrierter UMTS-Technik lassen sich Fotos und Videos, die mit der integrierten 2-Megapixel-Kamera mit zwei LED-Blitzlichtern aufgenommen wurden, schnell und bequem mit anderen teilen. Auch auf Internetdienste wie Yahoo! Go oder Flickr lässt sich direkt zugreifen. Das Nokia 6600 fold wird ohne Steuern und Mobilfunkvertrag voraussichtlich 275 Euro kosten.

• Nokia 6600 slide: Das Nokia 6600 slide gehört zu den bisher kleinsten Nokia Mobiltelefonen zum Aufschieben. Sein Aussehen steht mit hochglänzenden Oberflächen aus Edelstahl und einer Navigationstaste aus Aluminium für dezente Eleganz und sichtbare Schlichtheit. Alle Funktionen lassen sich intuitiv bedienen. So kann der Nutzer sich mit einem dezenten zweifachen



Tippen die Uhrzeit, Erinnerungen oder Benachrichtigungen anzeigen lassen. Ebenso kann er auf diese Weise eingehende Anrufe direkt abweisen oder stumm schalten. Die 3,2-Megapixel-Kamera ermöglicht das Aufnehmen von Fotos und Videos. Sie lassen sich direkt aus dem Foto-Menü heraus über Internetdienste hochladen oder per MMS versenden. In Verbindung mit der integrierten Anwendung Nokia Maps, einer separat erhältlichen Navigationslizenz, dem als

Zubehör erhältlichen Nokia Bluetooth GPS-Modul LD-4W und dem großen QVGA-Display mit 5,6 cm Displaydiagonale (2,2 Zoll), auf dem sich digitale Karten brillant darstellen lassen, eignet sich das Nokia 6600 slide als Navigationslösung. Der Preis für das Nokia 6600 slide wird ohne Vertrag und Steuern bei voraussichtlich 250 Euro liegen.

• Nokia 3600 slide: Das Nokia 3600 slide fällt durch eine Mischung aus geschmackvollen Farben, Materialien

und einer angenehmen Haptik auf. Auch dieses Handy bietet umfassende moderne Funktionen. Die Soft-Touch-Beschichtung und Metall-Elemente sorgen in Verbindung mit hochglänzenden Oberflächen und abgestuften Farben dafür, dass sich das Nokia 3600 slide gut anfühlt und ebenso gut aussieht. Es ist das erste Nokia Produkt, das Hintergrundgeräusche unterdrückt. Darüber hinaus bietet der integrierte Musik-Player auf einer optional erhältlichen 4 GB großen microSD-Speicherkarte Platz für bis zu 3.000 Songs. Das kleine, ergonomisch geformte Nokia 3600 slide bietet zudem eine 3,2-Megapixel-Kamera mit Autofokus und zwei LED-Blitzlichtern. Mit ihr lassen sich selbst bei ungünstigen Lichtverhältnissen Fotos und Videos aufnehmen. Über den TV-Ausgang kann der Nutzer das Nokia 3600 slide im Handumdrehen an die meisten gängigen Fernsehgeräte anschließen, um so schnell und einfach Fotos und Videos in Großformat zu präsentieren. Darüber hinaus sorgt die vorinstallierte Anwendung Nokia Maps in Verbindung mit dem als Zubehör



erhältlichen Nokia Bluetooth GPS-Modul LD-4W dafür, dass sich der Besitzer in seiner Umgebung mühelos zurechtfindet. Nokia Maps bietet Informationen zu mehr als 15 Millionen Points-of-Interest, darunter Restaurants, Shops, Hotels und vieles mehr. Der Preis für das Nokia 3600 slide wird ohne Mobilfunkvertrag und Steuern bei voraussichtlich 175 Euro liegen.

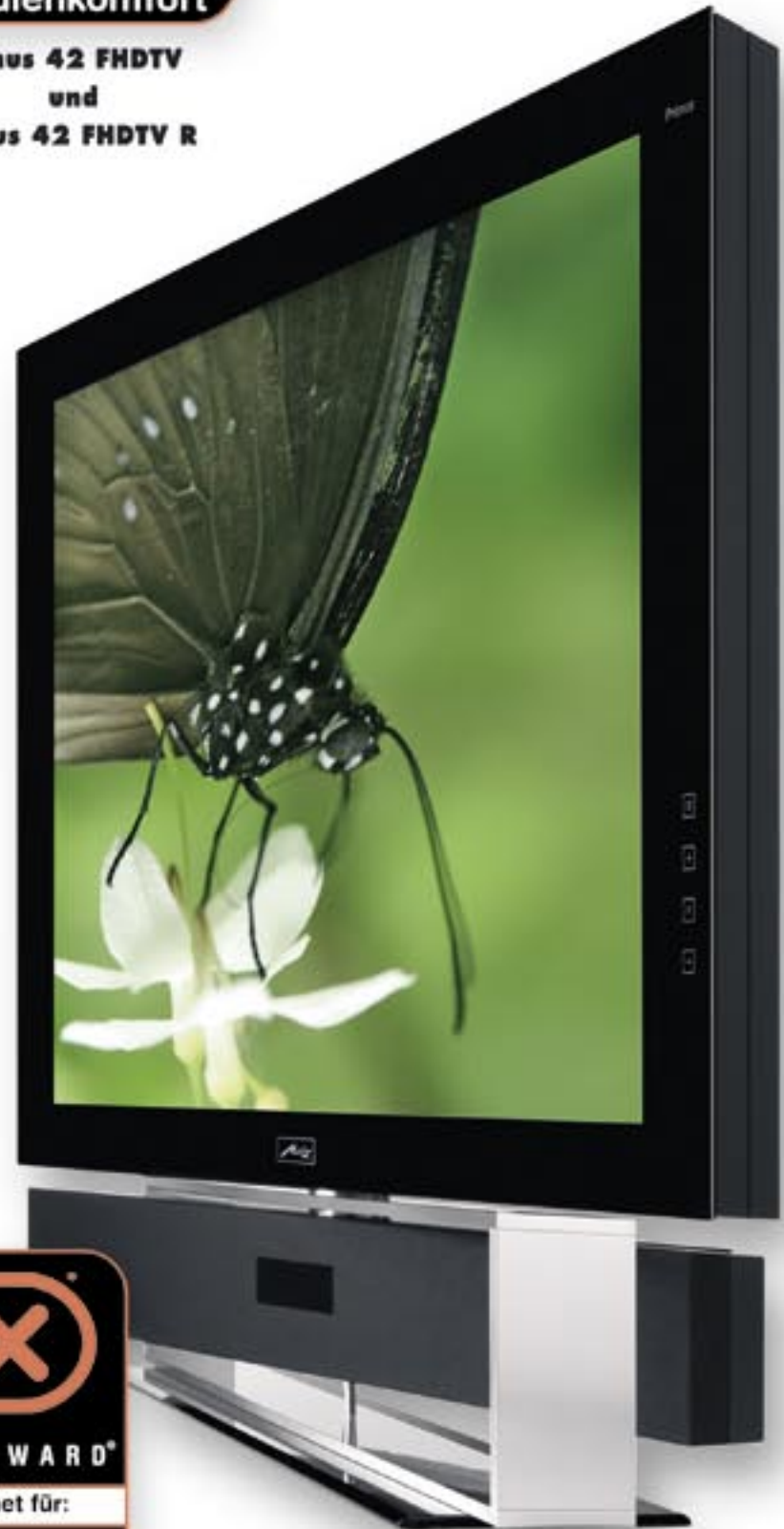
• Nokia Headset BH-803: Passend zu allen drei neuen Mobiltelefonen ergänzt das Nokia Bluetooth Headset BH-803 durch sein glattes Design und Details aus Edelstahl den klassischen Stil der Mobiltelefone.

Das Headset bietet durch einen bei Bedarf einsetzbaren Ohrbügel hohen Tragekomfort und beste Sprachqualität. Ein durch leichtes Berühren steuerbarer Lautstärkeregler und die sprachgesteuerte Wählfunktion sorgen dabei für eine einfache Handhabung.

www.nokia.de



**Linus 42 FHD TV
und
Linus 42 FHD TV R**



**Primus 42 FHD TV
und
Primus 42 FHD TV R**

**Metz
LCD-TV –
immer
erstklassig!**

PLUS X AWARD™

MP3



Apple iPhone spricht bald auch in Gebärdensprache

Im Juni dieses Jahres stellt 21Torr ein interaktives Gebärdens-Wörterbuch für das Apple iPhone vor, das in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband evangelische Behindertenhilfe e.V. entwickelt wurde. Mit der neuen iPhone Anwendung können Kinder, Jugendliche und Erwachsene mit einer Hör- und Sprachbehinderung sowie ihre Bezugspersonen Begriffe unterwegs nachschlagen oder üben. Mehr als 2.000 Begriffe aus verschiedenen Bereichen des Lebens werden in Gebärdensprache übersetzt und als Videoclip oder Abbildung auf dem 3,5 Zoll großen Display des Apple iPhone oder iPod touch gezeigt. www.21torr.com



InEar-Kopfhörer von Philips

Die neuen InEar-Kopfhörer SHE9850 und SHE9800 von Philips liefern mit ihrer hochauflösenden Treibereinheit und der präzisen akustischen Einstellung ein sauberes Klangbild. Die angewinkelte Bauart des Ohrhörers, das Angled Acoustics-Design, gewährleistet perfekten Sitz und hohen Tragekomfort. Das hochwertige Metallgehäuse verhindert uner-



wünschte Schwingungen und ermöglicht eine genaue Klangerzeugung. Die SHE9850 und SHE9800 werden in einem hochwertigen Metalletui oder einer weichen Tasche geliefert. Im Lieferumfang enthalten sind drei Paar Silikonkappen in verschiedenen Größen. Der SHE9850 wird mit einem Paar „Comply Canal Tip-Kappen“ aus verformbarem Schaummaterial geliefert, die individuellen Sitzkomfort gewährleisten. Durch die vollständige Abschirmung gegen Außengeräusche können sich die Anwender der SHE9850 und SHE9800 ganz auf den Musikgenuss konzentrieren. www.philips.de

Neue Multimedia-Player von Cowon

Die Multimedia-Player Cowon D2 und Cowon D2 DAB sind die idealen Begleiter für unterwegs. Die Speicherkapazität (4/8 GB Flash-Speicher) kann per SDHC-/MMC-Karte erweitert werden,



und mit dem 2,5 Zoll großen Touchscreen ist die Bedienung einfach. Bis zu 52 Stunden halten die Player mit einer Akkuladung bei Audiowiedergabe durch, das reicht für viele Stunden mit Hörbüchern oder Musik. Zu weiteren Ausstattungsmerkmalen gehören ein Digital Radio (DAB), ein integriertes Radio mit Aufnahme-funktion, Textdarstellung, Diktiergerät, Line-in-Recording sowie die Möglichkeit, Videos über den TV-Ausgang auf dem Fernseher zu genießen. www.cowon-germany.com

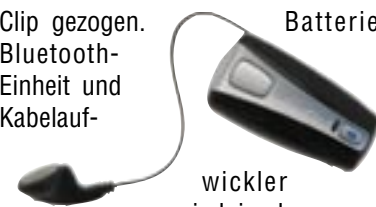
Sound für iPod Nanos von Altec Lansing

Mit seinem inMotion iM500 Lautsprechersystem bringt Altec Lansing jetzt sein kompaktestes, tragbares iPod-Audio-System auf den Markt. Dank seines geringen Gewichts (340 Gramm) und der äußerst schlanken Form bietet das iM500 ein Maximum an Portabilität, was ihn zum idealen Audio-Partner für den iPod Nano macht. Die innovativen Lautsprecher-Membranen nutzen die komplette verfügbare Breite und Fläche des Systems und erzeugen dadurch mehr Luftbewegung für besseren Schalldruck. Zusätzlich setzt Altec Lansing die MaxBass Technologie ein, um eine satte Bass-Leistung zu produzieren. Der iM500 kann zusammengeklappt werden und misst lediglich 21,5 (B) x 1,8 (T) x 1,2 cm (H) bei einem Gewicht von 340 Gramm. Von der „Dicke“ her ist das System vergleichbar mit einer DVD Hülle. Beim iM500 hat der Anwender



die Wahl zwischen Netz- oder Batteriebetrieb; mit 6 AAA Batterien liefert der iM500 bis zu 8 Stunden Spielzeit. Über die iPod Docking Station wird der iPod zudem synchronisiert und geladen. Der Aux-Eingang ermöglicht den Anschluss weiterer Audio-Geräte wie CD oder MP3 Player sowie portable DVD Player. Ein Etui zum Schutz vor Kratzern und Staub ist im Lieferumfang enthalten. www.alteclansing.com

mit einem automatischen Kabelaufroller. Vorbei sind die Zeiten, in denen man das Headset auch in Momenten der Non-Konversation ständig am Ohr getragen hat. Nach dem Gespräch wird das Kabel dank Aufrollmechanismus einfach zurück in den Clip gezogen. Batterie, Bluetooth-Einheit und Kabelauf-



wickler sind in dem handlichen Roller BT Clip integriert. Er hat eine Gesprächszeit von bis zu 4 Stunden und bis zu 100 Stunden Standby. www.vivanco.de

Ohrbügel-Kopfhörer von Skullcandy

Skullcandy, Hersteller von trendigen und leistungsstarken Kopfhörern, die bereits die Actionsport-Szene begeistert haben, bringt seinen neuen Ohrbügel-Kopfhörer Chops auf den Markt. Chops ist der ideale Kopfhörer für sportliche Aktivitäten mit Musik und Stil. Mit den Chops können sich auch Outdoor-Sportler ungehindert bewegen, denn dieser Ohrbügel-Kopfhörer klemmt sich locker hinter dem Ohr fest und bleibt dort sitzen. Ob beim Lau-

fen, Surfen, Springen oder auch bei Stürzen, der Kopfhörer bleibt am Ohr sitzen. Für Individualität ist gesorgt, denn die Chops sind in den Farbkombinationen Schwarz, Silber/Weiß, Apfelgrün, Schwarz/Silber und Blau/Weiß erhältlich. www.skullcandy.eu

www.shure.de

LIVE SOUND. TO GO.

BIETEN SIE IHREN KUNDEN INTENSIVE LIVE SOUND ERLEBNISSE. Shure ist seit über 80 Jahren auf den Konzertbühnen der Welt zuhause. Diese Leidenschaft für professionelle Mikrofon- und Audiotechnik steckt auch in den Shure Sound Isolating™ Ohrhörern. www.livesoundtogo.de

SHURE
LEGENDARY PERFORMANCE™

PLUS X AWARD
ausgezeichnet für: Bedienkomfort

Bluetooth-Clip mit Kabelaufwickler bei Vivanco

Der Roller BT Clip der italienischen Firma Cellular und exklusiv im Vertrieb bei Vivanco, ist das weltweit erste Bluetooth-Headset in Clipform

Panasonic Batteries ergänzt Alkali-Sortiment

Mit der Panasonic Alkaline gibt es ab sofort eine neue preisgünstige Alkali-Batterie auf dem Markt. Der Ausbau des Alkali-Sortiments im Panasonic Programm hat zum Ziel, die traditionelle Zink-Kohle-Batterie aus den Regalen der Händler zu verbannen. Besonders für den Betrieb portabler Geräte wie MP3- oder Multimedia-Player eignen sich Alkali-Batterien. Daher hat Panasonic Batteries sein Portfolio um das Basic Segment erweitert und für Geräte, die zuvor mit Zink-Kohle betrieben wurden, die Panasonic Alkaline in das Programm aufgenommen. Zink-Kohle-Batterien boten bislang für Geräte des täglichen Gebrauchs ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Da jedoch die Technik dieser Anwendungen immer anspruchsvoller wird, entsprechen Nutzungsdauer und Leistung der Zink-Kohle-Batterien nicht mehr den aktuellen Anforderungen.

Dies spiegelt auch die Absatzentwicklung von Alkali zu Zink-Kohle in Europa wider: Laut aktueller Marktzahlen von AC Nielsen lassen sich von 2005 bis 2007 bei einem steigenden Absatzanteil des Alkali-Segments sinkende Verkaufszahlen von Zink-Kohle-Batterien beobachten. Während der Alkali-Anteil am deutschen Batteriegesamtmarkt von 71,87 Prozent auf 81,45 Prozent gestiegen ist, sank der Zink-Kohle-Anteil am Batteriegesamtmarkt rapide von 22,2 Prozent auf 14,0 Prozent. Um das bisherige Zink-Kohle-Segment zu ersetzen und dem Handel ein neues Umsatzpotential zu bieten, kommt jetzt als Einstiegsmodell die Alkaline in den Handel. Die Alkali-Batterie besitzt eine deutlich bessere Leistungsfähigkeit als die Zink-Kohle-Vorgänger. Ein weiterer großer Vorteil ist ihre Lagerfähigkeit von bis zu sieben Jahren, womit Batterien im Regal nicht mehr „alt“ werden können. Preisvorteile ergeben sich vor allem bei Geräten des täglichen Gebrauchs. Als Micro-Batterie (AAA/S) und Mignon-Batterie (AA/M) kostet sie 2,99 EUR (UVP 4er-Blister). Außerdem ist die Panasonic Alkaline in den Größen C und D sowie als 9-Volt-Block ab sofort im Handel erhältlich. Für jede Anwendung gibt es somit die passende Batterie. www.panasonic-batteries.com



Designkopfhörer von beyerdynamic

Schnittiges Sound-Design in Kohlefaser-Optik oder gediegene Eleganz mit Wurzelholz-Elementen: Die Manufaktur-Kopfhörer von beyerdynamic lassen sich individuell zusammenstellen. Vom Stoff der Ohrpolster bis hin zur Lederfarbe des Kopfbandes kann der Kunde so gut wie alles im Internet konfigurieren. Ab sofort ist die Auswahl sogar noch größer. Zu den bisherigen Gehäuseausführungen kommen Klavierlack Schwarz und Weiß, Carbon und Wurzelholz sowie drei Metallic-Oberflächen. Die Aluminium-Elemente sind außer in gedeckten Tönen nun auch im modischen „Glossy“-Look lieferbar: Pink, Purple, Pop Green und Turquoise zeigen, dass perfekter Klang sich nicht zu verstecken braucht.

Basis des bislang einzigartigen Manufaktur-Konzepts sind die drei Top-Kopfhörer aus der Premiumline von beyerdynamic: DT 770, DT 880 und DT 990. Technische Eigenschaften, Optik und Ausstattung der Standardmodelle lassen sich über den Internet-Konfigurator den persönlichen Wünschen und Bedürfnissen des Kunden anpassen. www.beyerdynamic.de/manufaktur

Flexibel und mobil mit Varta

Mit einem attraktiven PoS-Paket, bestehend aus vier Akkus und einem kostenlosen USB Charger, bereitet Varta dem Schrecken leerer Akkus für portable Geräte ein Ende. Funkmaus, MP3-Player oder kabellose Controller für Spielekonsolen – sie alle benötigen hin und wieder Energie-Nachschub. Das kann insbeson-



dere unterwegs zu Problemen führen, denn große Ladegeräte nehmen Platz weg und Steckdosen sind oft Mangelware. Varta bringt jetzt einen Mini-USB-Charger für zwei Akkus der Größen AA oder AAA auf den Markt. Kaum größer als ein USB-Stick wird er einfach in den USB-Port von Computer oder Notebook gesteckt und der Ladevorgang gestartet.

Das Set, bestehend aus jeweils zwei Akkus der Größe AA (2700 mAh) und AAA (1000 mAh) und dem USB-Charger, kostet nur 14,99 Euro und ist deutlich günstiger als vergleichbare Akkus im Blister. Der Käufer erhält das USB-Ladegerät noch gratis dazu. Angeboten werden die Promotion-Packs als lose Ware, Thekendisplay oder Blistergürtel. So lassen sie sich flexibel platzieren und in den Blickwinkel der Kunden rücken. Ein Onpack-Angebot, das für Impulskaufe am POS sorgen wird. www.varta.de

Glanzstücke technischen Know-hows



NEW DIMENSIONS



 **SENNHEISER**

PLUS X AWARD™

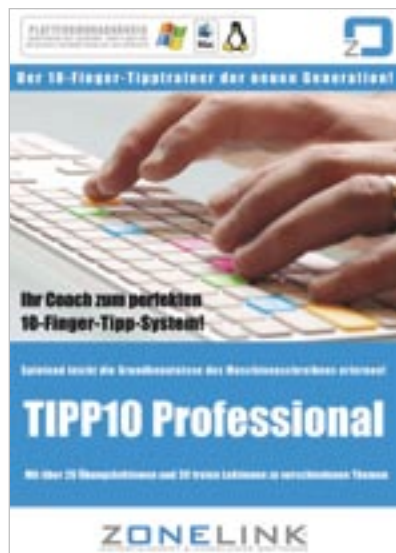
IT



„zoneLink“: mit Zehn-Finger-System Tippen lernen



Groß ist die Anzahl der Computer-Benutzer, die ihre Tastatur gekonnt mit zwei Fingern bearbeiten und selbst mit dieser unprofessionellen Methode eine beachtliche Schreibgeschwindigkeit erreichen können. Trotzdem lohnt es sich, das Tippen nach dem Zehn-Finger-System zu erlernen, selbst dann, wenn man nur als Schü-



ler oder Student E-Mails und Hausarbeiten zu schreiben hat, oder gelegentlich auf einer Tastatur kurze Messenger- und Chat-Nachrichten eingeben muss. Jeder kann es erlernen, mit zehn Fingern im Blindflug über die Tastatur zu huschen und dabei fehlerfreie Texte zustandezubringen. Zum Trainieren ist das ausgeklügelte Softwareprogramm „Tipp10 Professional“ von zoneLink besonders gut geeignet: „Tipp10 Professional“ kann unter den Betriebssystemen Windows, Linux und Mac eingesetzt werden und hilft dem Schreibschüler mit „intelligenten Diktaten“, gezielt bestehende Schwächen zu überwinden und zu beseitigen. Buchstaben, die sehr häufig falsch getippt werden, wiederholt das Programm besonders intensiv.

In 17 Lektionen lernt der Anwender Schritt für Schritt das Tippen auf allen Tasten. Begonnen wird mit den am häufigsten benutzten Schriftzeichen. In einer speziellen Lektion lernt der Anwender auch effizientes Tippen auf dem Ziffernblock. Zusätzlich beinhaltet zoneLink Tipp10 Professional 30 „Freie Lektionen“ mit Diktaten zu speziellen Themen. Mit Hilfe dieser Lektionen kann sich der Fortgeschrittene spezialisieren, z. B. auf Gesetzestexte, Technik oder Englisch. Wer möchte, kann auch individuelle eigene Übungstexte eingeben und sich von der Software diktieren lassen.

Den Grad der erzielten Fortschritte zeigt das Programm in einem Verlaufsdiagramm an und ermittelt Fehlerquoten für einzelne Schriftzeichen, die anschließend aufgelistet werden. Mit einem im Programm enthaltenen Buchstabenspiel können sich frisch gebackene Tipp-Profis für ihre Erfolge selbst belohnen. Der UVP für zoneLink Tipp10 Professional, ISBN: 978-3-940182-74-6, beträgt 9,99 Euro. www.zonelink.de

rombus: Notebook und flüssigkeitsgekühlte Workstation für CAD/CAM



Der im ostwestfälischen Büren ansässige Hersteller rombus, Anbieter von IT-, Business-, Consumer- und Gaming-Produkten, stellt mit dem Septima 73802 ein ideales Notebook für mobile Anwendungen im CAD/CAM-Bereich vor. Es ist mit hochwertigen Komponenten bestückt und dem neuesten Profi-Chip Set PM965/ICH8M von Intel ausgestattet. Zum gleichen Zeitpunkt bringt rombus auch die weltweit erste Workstation mit Liquidcooling auf den Markt. Das Notebook Septima 73802 ist mit einem großzügigen 17-Zoll Aktiv Matrix Glare TFT-Bildschirm mit nativer Auflösung von 1.920 x 1.200 Bildpunkten und einer Quadro FX 1600M Grafikkarte die ideale mobile Lösung für Ingenieure, Architekten, Radiologen, Wissenschaftler und Animationsstudios bei der Arbeit mit CAD/CAM- und professionellen Grafik-anwendungen. Das Septima 73802 arbeitet mit einer Intel Core 2Duo T7700 CPU, die mit 2,40 GHz getaktet ist. Zur Ausstattung gehören 2 x 2.048 MB RAM (DDR2) Arbeitsspeicher, eine 200 GB SATA Festplatte, Firewire-Schnittstelle und DVD-Brenner. Als Betriebssystem vorinstalliert ist Windows XP Professional. Das Notebook ist zum UVP von 1.829,- Euro lieferbar.

Arbeiten ohne störenden Lärm und volle Konzentration auf die Bedienung anspruchsvoller Anwendungen, ermöglicht die weltweit erste, serienmäßig mit einem eingebauten Flüssigkühlungssystem ausgerüstete CAD/CAM-Workstation Quinta 741101. Liquidcooling sorgt für eine enorme Reduzierung des Geräuschpegels und für ein ruhiges Arbeitsumfeld. Ein Intel Core2Quad Q6600 Prozessor mit 2,40 GHz, 2048 MB RAM (DDR2) Arbeitsspeicher und zwei Festplatten mit je 320 GB (SATA II), stellen die erforderliche Leistung für die Ausführung rechenintensiver Programme bereit. Gestochen scharfe Grafik-Ausgabe garantiert eine nVidia Grafikkarte Quadro FX 1500 mit 256 MB Grafikspeicher. Das superleise 650 Watt Netzteil versorgt den Hochleistungsrechner zuverlässig mit der benötigten Energie. Die Kühlleistung eines Liquidcooling-Systems ist 1.000mal höher als die einer herkömmlichen Luftkühlung und bietet ohne jede Wartung extrem hohe Betriebssicherheit.

Die Workstation rombus Quinta 741101 ist zum UVP von 1.689,- Euro lieferbar. Zahlreiche individuelle Konfigurationsmöglichkeiten sind über das BTO-Tool (Built-to-Order) im Internet verfügbar.

www.bto.rombus.de

DVI KVMP Umschalter CS1782 von Aten



Mit dem CS1782 stellt Aten International Co. Ltd. einen 2-Port Dual Link DVI KVMP-Umschalter zur Verwendung von Tastatur, Maus, Video, Sound und

Peripherie an zwei gleichzeitig im Betrieb befindlichen Rechnern vor. Das als Entwickler und Hersteller modernster Konnektivitätslösungen bekanntgewordene Unternehmen bringt mit diesem Gerät einen KVM-Switch mit verblüffenden Video- und Audiospezifikationen auf den Markt. Der CS1782 ist voll kompatibel zu DVI-Digital und DVI-Analog Spezifikationen, unterstützt USB 2.0 Audio, 7.1-Kanal Surround Sound Audio und Widescreen HD Video-Signale. Das werden vor allem PC-Gamer, Audio- und Video-Enthusiasten begrüßen, die mit dem Umschalter einen Dual Link DVI-Monitor, eine USB-Tastatur, Maus und ein Mehrkanal Surround Sound-System an zwei Computern verwenden können. Bei den möglichen Einsatzbereichen liegt der Fokus auf audio- und videobasierten Anwendungen wie Desktop-Publishing, Video-, Bild- und Audiotbearbeitung, CAD/CAM, Heimkino und High-End PC-Gaming. Das Gerät unterstützt Wideformat und ist audiotfähig für 7.1 Sourround Sound-Systeme. Das Umschalten zwischen zwei Computern ermöglicht es Anwendern, auf dem einen Computer Musik- oder Video-Dateien abzuspielen und gleichzeitig auf einem anderen Computer mit Anwendungen zu arbeiten, USB-Peripherie zu steuern oder Computerspiele zu spielen. Bei DVI Dual Link-Verbindungen unterstützt der CS1782 Auflösungen bis zu 2.560 x 1.600 Bildpunkten. Durch den Einsatz der Aten DDC2B-Emulationstechnologie (Display Data Channel) erinnert sich der Umschalter automatisch an die für den angeschlossenen Computer ideale Auflösung und Bildwiederholfrequenz. Anwender können beide Computer gleichzeitig booten und zwischen den PCs umschalten, wobei die jeweils ideale Bildschirmauflösung beibehalten wird. Das Gerät emuliert auch den Mausport der Konsole und unterstützt alle am CS1782 angeschlossenen Maustypen, auch Multifunktionsmäuse. Der neue CS1782 KVMP-Switch von Aten ist zum UVP von 236,81 Euro erhältlich. sales@aten.be - www.aten.be

Lite-On präsentiert neuen 4x Blu-ray Disk Brenner



Mit dem DH-4B1S stellt Lite-On einen neuen 4x Blu-ray Brenner als Nachfolger des erfolgreichen LH-2B1S vor. Der Lite-On DH-4B1S beschreibt BD-R Medien mit 4facher Geschwindigkeit und ist damit doppelt so schnell wie sein Vorgänger. Zum Brennen von BD-R Medien setzt der DH-4B1S Constant Linear Velocity (CLV) Technologie ein und hält dadurch konstant die 4x Brenngeschwindigkeit von 18 MB pro Sekunde. Bei der zweiten, oft genutzten Brennmethode, Constant Angular Velocity (CAV), die zumeist von 6x BD-Brennern genutzt wird, beginnt



der Brennvorgang mit einer geringen Geschwindigkeit, die sich nach und nach auf 6fache Brenngeschwindigkeit steigert. Bei Back up Brennaufträgen nutzen Anwender oft nicht die gesamte Speicherkapazität des Mediums. „Wenn man nur 75–80% der Diskkapazität zu beschreiben hat, erfolgt der Brennvorgang mit 4x CLV-Technologie schneller als mit CAV“, erklärt Lite-On Marketing Manager Jelmer Veldman. „Wir sehen, dass das Blu-ray-Format immer mehr Anklang auf dem Markt findet, z. B. wenn es darum geht, High Definition Content oder große Datenmengen zu sichern. Mit dem 4x BD-Brenner DH-4B1S bietet Lite-On jetzt eine schnelle Back-Up Lösung.“ Der Brenner beschreibt BD-RE Medien mit zweifacher und liest BD-ROM Medien mit vierfacher Geschwindigkeit. DVD±R Medien brennt das Laufwerk mit 12facher Geschwindigkeit, DVD±R DL mit 8x. Die maximale Geschwindigkeit für DVD+RW liegt bei 8x. DVD-RW werden mit 6x, CD-R werden mit 40facher Geschwindigkeit gelesen und beschrieben. CD-RWs liest und brennt das Laufwerk mit 24x. In Europa soll der DH-4B1S ab Ende Mai 2008 verfügbar sein. Lite-On bietet auch ein externes BD-ROM Laufwerk an. www.liteonit.eu/de

Mini-Notebook mit Windows XP: 279,- Euro



Mit dem Mini-Notebook A120 von One bringt der Anbieter Brunen IT Distribution GmbH für nur 279,- Euro Endverkaufspreis einen Konkurrenten für den Asus Eee-PC auf den Markt. Das mit einem 7-Zoll-Display mit 800 x 480 Bildpunkten ausgestattete One A120 arbeitet mit einem C7M-Prozessor von VIA mit 1,0 GHz Taktfrequenz und 512 MByte DDR2 Hauptspeicher.



Über eine Festplatte oder ein optisches Laufwerk verfügt das One 120 nicht. Stattdessen stehen 4 GByte Flashspeicher zur Verfügung, auf dem sich als Betriebssystem auch die bereits vorinstallierte Windows XP Home Edition befindet. Auf Wunsch und gegen Aufpreis wird das A120 mit einem installierten Office-Paket ausgeliefert. Zur Auswahl stehen: Works Plus 2008 (DVD) zum Aufpreis von 39,99 Euro, Office 2007 SB Edition OSB zu 239,99 Euro und MS Office 2007 Prof. OSB (nur Lizenz, ohne CD) zu 289,99 Euro. Der Akku mit der Kapazität von 4.400 mAh kann das Mini-Notebook maximal vier Stunden lang mit Energie versorgen. Zu einem späteren Zeitpunkt soll ein Zusatz-Akku mit höherer Kapazität angeboten werden. Ab Juni will One für 199,- Euro auch eine Linux-Version des A210 mit 2-Gbyte-Flashspeicher anbieten. Ein Modell mit einem 8,9 Zoll großen Display soll 2009 folgen. www.one.de

Zyxel 3-in-1 Access Point für KMU



Mit dem NWA-3160 erweitert Zyxel seine W-LAN-Produktpalette um ein professionelles Gerät. Die 3-in-1-Lösung kann wahlweise als W-LAN-Controller, als Stand-Alone AP oder als Managed Access Point eingesetzt werden. Der NWA-3160 Hybrid Access Point eignet sich für mittlere bis größere Unternehmen mit bis zu 200 Anwendern. Typische Einsatzbereiche sind industrielle Umgebungen und Hotspots, bei denen drahtlose Kommunikation und W-LAN-Abdeckung bei geringem Administrationsaufwand gefragt sind. Der NWA-3160 sendet und empfängt auf dem 2,4-GHz- oder 5-GHz-Band und kann als 802.11a oder 802.11 b/g AP mit bis zu 19 nicht überlappenden Kanälen konfiguriert werden. Durch PoE-Unterstützung entfällt die Stromversorgung über Steckernetzteile. Die neue W-LAN-Lösung ist, wie Zyxel betont, mit ATC (Automatic Traffic Classifier) optimal für Multimedia-Anwendungen geeignet. Sie priorisiert ankommende Daten und gibt VoIP als kritische Echtzeit-Anwendung die Pole Position im Datenverkehr. Die WiFi-Multimedia (WMM) Zertifizierung dokumentiert die Fähigkeiten des NWA-3160 im QoS- und Bandbreitenmanagement. Der Zyxel NWA-3160 ist zum UVP von 265,- Euro erhältlich.

www.zyxel.de/web/index.php

InFocus X10: Full-HD- Projektor mit DLP



Mit dem neuen X10 bringt InFocus ein weiteres DLP-Modell mit Full-HD-Auflösung auf den Markt. Ausgestattet mit neuesten Technologien, projiziert der 1.080p-DLP-Projektor mit „Brilliant Color“ scharfe, detailreiche Bilder mit satten Farben und schafft damit die Voraussetzungen für realistische Kinoerlebnisse in den eigenen vier Wänden. Mit seinem eleganten schwarzen Design bietet der X10 auch in ausgeschaltetem Zustand erfreuliche Perspektiven.

Mit 1.200 ANSI-Lumen und einem Kontrastverhältnis von maximal 7.500:1 bei geöffneter Blende erzeugt der X10 auch in nicht völlig abgedunkelten Räumen überzeugende Projektionsbilder. Zur Ausstattung gehören ein 7-Segment-Farbrad und HDMI-1.3-Quellenunterstützung mit Deep-Color-Technologie mit bis zu 1,07 Milliarden Farben. Dank der integrierten 10-Bit-Videoverarbeitungstechnologie wird jede Szene lebendig und kristallklar dargestellt. Die Luftfilter der Geräte müssen bei normaler Staubbelastung innerhalb der Garantiezeit nicht gewartet, gereinigt oder ausgetauscht werden. Das erspart dem Anwender des X10 zeit- und kostenaufwendige Wartung. Der neue InFocus Full-HD-Projektor X10 mit DLP wird mit zweijähriger Produkt- und sechsmonatiger Lampengarantie ausgeliefert. Der UVP liegt bei 1.700,- Euro.

www.infocusprogramme.de

24-Zoll-Display BenQ V2400W: Magie der Asymmetrie

Mit dem Widescreen-Display V2400W bringt BenQ ein neues Modell der V-Serie auf den Markt, mit dem der taiwanische Hersteller vor allem auf private Anwender zielt, bei denen sich der Anspruch auf modernste und leistungsfähige Technik mit dem Wunsch nach einem Perfektion und Exklusivität ausstrahlenden Design verbindet. Multimediale Computer-Anwendungen zur Unterhaltung, Internet-Kommunikation, für Foto- oder Video-Anwendungen und zur Ausübung eines Hobbys haben Computer-Monitore vom Arbeitsgerät zu repräsentativen Design- und Lifestyle-Objekten mutieren lassen.

Das ideale Display für diese Einsatzbereiche eignet sich auch als ansprechender Blickfang einer harmonischen Wohnumgebung.

Das BenQ V2400W wird diesem Anspruch mehr als gerecht. Selbst im ausgeschalteten Zustand und ohne Bildinhalte macht es Freude, dieses Display zu betrachten. Traditionelle symmetrische Anordnungen von Standfuß, Gehäuse-Halterung und Bildflächen-Umrahmung werden bewusst umgangen und statt dessen die Asymmetrie zum Konstruktionsprinzip erhoben. Das 24 Zoll große Widescreen-Display erfreut mit seinem außergewöhnlich eleganten Anblick Nutzer wie Betrachter. Die Gerätetiefe beträgt maximal nur 6 cm. Die Ausstattung mit kur-

zen Reaktionszeiten, weiten Betrachtungswinkeln, 4.000:1-Kontrastverhältnis, BenQ Senseye+Photo-Technologie und universeller Anschlussvielfalt durch analoge wie digitale Eingänge und HDMI-Schnittstelle ist umfassend und bestens für Anwendungen wie Videobearbeitung, Blu-ray-Wiedergabe oder Spielekonsolen im High-Definition-Segment geeignet. Das Design-Modell BenQ V2400W wurde deshalb mit dem iF Design Award 2008 und dem reddot Design Award 2008 ausgezeichnet.

Fließende Energie und visionäre Kraft: „Kinergy-Design“

Das V2400W definiert Monitordesign völlig neu. Seine Formgebung folgt

einem Konzept, in dem sich Elemente aus Kinetik und Energie vereinen. Klare Konturen, fließende Energie und visionäre Kraft, das alles strahlt die Gestaltung des BenQ V2400W aus. Ein anschauliches Beispiel für den neuen Trend zwischen Minimalismus und Luxus ist das Science-Center L'Hemisfèric in Valencia, ein Gebäude der Ciudad de las Artes y de las Ciencias (Stadt der Künste und der Wissenschaften). Das futuristische Planetarium im konkaven Design ist als sich selbst öffnendes und schließendes Auge konzipiert, das visionär und genial zugleich die Welt betrachtet. Von der Schönheit und Stromlinienform dieses Planetariums inspiriert, definierten die BenQ Designer den neuen Begriff



„Kinergy-Design“ als Synthese aus Kinetik und Energie.

Technische Daten

Das 24-Zoll TFT/LC-Display im Wideformat verfügt über die physikalische Auflösung von 1.920 x 1.200 Bildpunkten (WUXGA). Die maximale Farbtiefe beträgt 16,7 Mio. Farben. Die Betrachtungswinkel liegen horizontal wie vertikal bei 160 Grad. Das Kontrastverhältnis erreicht 4.000:1. Der Helligkeitswert beträgt 250 cd/m² und die Reaktionszeit 2 ms (Gray-to-Gray). Der V2400W unterstützt Auto-Key (automatische Kalibrierung). Der Pixelabstand ist nur 0,27

mm groß. Die Bild diagonale beträgt 611 mm. Die Abmessungen der Bildfläche liegen bei 418 x 324 mm. Das Gerät verfügt neben Sub-D- und DVI-D-Eingängen über eine HDMI-Schnittstelle und ist nach ISO 13406-2 und Vista Premium zertifiziert. Die Stromversorgung über den Netzananschluss und das interne Netzteil erfordert 90–264 V.

Der Energieverbrauch erreicht im Betrieb ≤ 55 W, im Stromsparmanagement ≤ 2 W. Die Geräteabmessungen mit Standfuß betragen 563 x 369 x 191 mm, das Gewicht 6,7 kg.

Der 24-Zoll Design-Monitor BenQ V2400W ist zum UVP von 449,- Euro lieferbar.

www.benq.de

So ice – cooles Understatement



SAGEM my721X

SAGEM

PLUS X AWARD™

IT



Nvidia nForce-SLI-Chipsätze für AMD-CPUs

Mit den zwei nForce SLI-Chipsätzen 750a und 780a führt Nvidia die lange erwarteten Nachfolger der älteren nForce-SLI-Chipsätze 570 und 590 auf dem Markt ein. Die für Mittel- und Oberklasse-PCs entwickelten Chipsätze verfügen nun auch über einen Grafikkernel, der jedoch nicht die in dieser Klasse übliche Grafikkarte verdrängen soll. Stattdessen arbeiten Chipsatz-Grafik und Nvidia-Grafikkarte anstehende Grafik-Aufgaben je nach Anforderung unterschiedlich organisiert per Hybrid SLI gemeinsam ab: Das HybridPower Konzept reduziert Geräuschentwicklung und Energieverbrauch, funktioniert aber laut Nvidia bisher nur mit GeForce Grafikkarten der Serie 9800. Der Monitor wird dabei stets am Mainboard angeschlossen. Über diese Schnittstelle geben auch eingesteckte Nvidia-Grafikkarten ihr Videosignal aus, wenn hohe Grafikleistung gefordert wird. Beim Surfen im Internet oder bei Office-Anwendungen, wenn geringe Grafikleistung ausreicht, wird die gesamte Arbeit von der Chipsatzgrafik übernommen und die Grafikkarte voll-

kommen ausgeschaltet. Bei GeForce Boost teilen sich wie beim SLI-Verband die Chipsatzgrafik und die GPU der Grafikkarte die Arbeit und steigern die 3D-Leistung. Das funktioniert zur Zeit nur mit den Lowend-GeForce-Grafikkarten 8400 GS und 8500 GT. Mit Gigabit-LAN, 12 USB-Ports, 6 SATA-Anschlüssen, Parallel-ATA und HD-Audio verfügen die neuen Chipsätze über alle im Mittelklasse-Segment erwarteten Schnittstellen und Funktionen. Die UVPs der 750a-SLI-Boards sollen knapp über 100,- Euro liegen, der UVP für die 780a-SLI-Boards wird rund 165,- Euro betragen.

www.nvidia.de

„Chroma“: Neue Storage Linie von Packard Bell

Laut Prognosen der Analysten wird der Markt für externe Festplatten auch in den kommenden Jahren weiter mit hohen Zuwachsraten wachsen. Die enorme Nachfrage ist nahezu ungebrochen. Nach 120 Prozent Jahreswachstum in 2007 werden im laufenden Jahr 80 Prozent mehr verkaufte Einheiten erwartet. Mit den externen Festplatten der Chroma-Serie will Packard Bell weitere Marktanteile im



lukrativen Markt der Speichermedien erobern. „Die Chroma-Serie kombiniert ein sehr dünnes

Gehäuse mit zwei Designmerkmalen: poliertes Metall und 16 unterschiedliche Farbakzente, die vom Benutzer individuell eingestellt werden können. Eine perfekte Abrundung für unsere gesamte Storage-Serie“, erläutert Emmanuel Fromont, Sales & Marketing Vice President von Packard Bell. Die Geräte der Chroma-Serie sind nur 12 mm hoch und wiegen weniger als 210 Gramm. Im Power-Save-Modus fällt die Festplatte bei Nichtnutzung in einen Ruhezustand mit 70% geringerem Energieverbrauch. Die Chroma ist mit 160 GB zum UVP 99,00 Euro und mit 250 GB zu 129,00 Euro lieferbar.

www.packardbell.com

Transcend: Extreme Speed 300X CF bis 16 GB

Mit der neuen Extreme Speed 300X CompactFlash Karte präsentiert Transcend eine neue High Speed Flash-Speicher-Serie mit Dual-Channel Ultra DMA Modus 5 und der höchsten Geschwindigkeit aller auf dem Markt angebotenen

CF-Karten. Die Extreme Speed 300X erreicht Lese- und Schreibgeschwindigkeiten von durchschnittlich 45 MB pro Sekunde. Die daraus resultierenden kurzen Reaktionszeiten beim Speichern aufgenommener Bilder machen Non-Stop-Videoaufnahmen mit modernen digitalen Spiegelreflexkameras einfacher als jemals zuvor. Den störungsfreien Datenaustausch und die Vermeidung von Datenverlusten sichert die integrierte ECC Fehlerkorrektur (Error Correction Code). Extreme Speed 300X CompactFlash Karten werden umfassend auf Kompatibilität, Geschwindigkeit und Zuverlässigkeit getestet und sind mit Transcends renommierter 30-Jahre-Garantie ausgestattet. Die neuen CF-Karten werden in den Kapazitäten 4 GB, 8 GB und 16 GB konfektioniert. Die Extreme Speed 300X 16 GB ist zum UVP von 229,- Euro lieferbar.

www.transcend.de

„Private Viewing“: BenQ DLP-Projektor MP511+

Mit dem MP511+ stellt BenQ einen neuen DLP-Projektor mit der Lichtstärke von 2.100 ANSI-Lumen vor. Mit integrierter

Wandfarbenkorrektur erzielt der BenQ MP511+ auch auf farbigen Projektionsflächen hohe Bildqualität. Diese Funktion ermöglicht den flexiblen Einsatz auch ohne verfügbare Projektionsleinwände. Das HDTV-kompatible Gerät erzeugt mit SVGA-Auflösung von 800 x 600 Bildpunkten, dem Kontrastverhältnis von 2.000:1 und 16,7 Millionen Farben ein kristallklares Bild. Mit seinen elf wählbaren Bild-Modi ist der DLP-Projektor bestens für unterschiedlichste Anwendungen gerüstet und mit 2,6 kg Gewicht auch mobil einsetzbar. Die Gehäusfarbe ist weiß. Das Gerät besitzt je einen S-Video-, Composite- und VGA-Anschluss. Im Lieferumfang enthalten sind Handbuch CD, Fernbedienung, VGA-Sub-D-Kabel und Netzkabel. Die Garantiezeit beträgt 36 Monate inklusive einem Leihgerät während der ersten 12 Monate. Auf die Lampe leistet BenQ eine Garantie von sechs Monaten oder 1.000 Stunden Betriebsdauer ab Kaufdatum. Der UVP für den BenQ MP511+ beträgt 479,- Euro.

www.benq.de

PoS Aktuell

Avira AntiVir: Schutz vor PDF-Exploits

Aviras zuverlässiger Virenschutz sichert die Hintertürchen, durch die PDF-Trojaner in Computersysteme einzudringen versuchen. Bereits im Februar hatte Avira vor bösartigen Java-Skripten gewarnt, die sich, eingebettet in PDF-Dateien, im Rechner-System einnisten und danach Schadcode einschleusen. Die Verbreitung solcher Schadcodes hat in der letzten Zeit stark zugenommen, obwohl die Malware-Verbreiter nicht die breite Masse, sondern sehr gezielt bestimmte Systeme angreifen. „Hacker nutzen zunehmend die PDF-Sicherheitslücke für ihre Trojanerangriffe aus“, erklärt Tjark Auerbach, Gründer und Geschäftsführer von Avira. „Während der letzten Monate ist die Anzahl der gezielten Attacken über PDF-Dateien signifikant angestiegen, die Übeltäter sowie deren Kontrollserver und Backdoor-Familien bleiben allerdings dieselben.“ Die infizierten Dateien beinhalten einen Trojaner-Installer sowie eine leere PDF-Seite. Sobald diese geöffnet wird, installiert sich der Trojaner im System und öffnet den Cyberkriminellen Tür und Tor. „Benutzer einer gepatchten Acrobat Reader-Version erkennen einen PDF-Exploit daran, dass sich beim Laden einer Datei eine Fehlermeldung öffnet“, warnt Auerbach. „Anwender ohne den aktuellen Sicherheitspatch von Acrobat werden im Fall einer Infektion bemerken können, dass sich der Acrobat Reader schließt, jedoch sofort wieder öffnet und das

gewünschte Dokument anzeigt.“ Der Virens Scanner von Avira ist in der Lage, gefährliche Malware zu identifizieren und außer Gefecht zu setzen. Für Hacker sind PDF-Dateien als Malware-Schleuse besonders deshalb reizvoll, weil zahlreiche Anwender eine Aktualisierung ihrer Acrobat-Version für unnötig halten. Anwender von Avira AntiVir können sich auf den zuverlässigen Schutz vor derartigen Cyberattacken verlassen. Regelmäßige Updates der Software und Signatur-Listen sollten jedoch nicht versäumt werden.

www.avira.de

BenQ schult Heimkino-Fachhändler

Heimkino-Fachhändlern bietet BenQ eine exklusive Schulung zum Thema ISF (Imaging Science Foundation) an: Das Training findet als eintägige Veranstaltung mit theoretischem und praktischem Teil unter der Leitung von Raphael Vogt in den Städten Düsseldorf (19.05.2008), Berlin (26.05.2008), Hamburg (02.06.2008) und München (16.06.2008) statt. Thema der Veranstaltung ist die Farbkalibrierung von Full-HD-Projektoren, deutlich gemacht am Beispiel der Modelle der BenQ High-End Heimkino-Serie W5000 und W20000. Im Rahmen der Schulung werden Informationen über Projektoren-Technologie, Farbmanagement und Kalibrierung vermittelt. Ziel ist es, das Wissen über Maßnahmen zur



Erzielung höchster Bildqualität zu erweitern und es dem Kunden als echten Mehrwert zu vermitteln. Nachdem sich der Standard Full-HD auf dem Markt durchgesetzt hat, verlagert sich der Trend nun in Richtung Bildverbesserung und Optimierung der Farbeinstellung durch ISF. Die Imaging Science Foundation ist eine weltweit anerkannte Vereinigung von Kalibratoren und Entwicklern, die Heimkino-Ausstatter in der Fähigkeit ausbilden, Videobilder ideal zu kalibrieren. Raphael Vogt, AV-Consultant, Kalibrator und Redakteur des Magazins Video, verfügt auf dem Gebiet Kinobild und Surroundton über mehr als 20 Jahre Erfahrung und unterstützt BenQ als einer der ersten Deutschen mit ISF-Zertifikat mit seinem ISF-Know-how. Teilnehmern der Schulung wird die Möglichkeit geboten, die BenQ-Projektoren W5000 und W20000 sowie das Vermessungssystem Colorfacts der Firma Datacolor AG zu Sonderkonditionen zu erwerben. Informationen und Anmeldeformulare sind über die Website www.BenQ.de erhältlich. Die Teilnehmerzahl ist begrenzt.

Chipfertigung auf 450 mm großen Wafern ab 2012

Die drei großen Halbleiterfirmen Intel, Samsung und TSMC wollen im Jahr 2012 zeitgleich ihre Chip-Produktionen auf 450 mm große Wafer umstellen. Schon Ende 2006 hatte das Industriegremium International Technology Roadmap for Semiconductors (ITRS), das an der Koordination der Halbleiterentwicklung arbeitet, die Probleme des Termins 2012 angesprochen. Der Executivity Summary der ITRS soll Chip-Herstellern,

Wafer-Produzenten, Anlagenbauern, Fabrikaurüstern, Lieferanten von Hilfsmaterialien und Entwicklern von Chip-Design-Software die Arbeit erleichtern.

Microsoft baut Forschungszentrum in Beijing, China

Microsoft hat in der chinesischen Hauptstadt Beijing den Grundstein für ein neues Forschungs- und Entwicklungszentrum gelegt. In das

Projekt investiert Microsoft 280 Millionen US-Dollar. Das neue Zentrum soll bis 2010 fertiggestellt werden. Durch das Forschungszentrum soll sich die Anzahl der in China für den Software-Riesen forschenden Mitarbeiter innerhalb der kommenden fünf Jahre von aktuell 3.000 auf 6.000 verdoppeln.

Im vergangenen Jahr hat Microsoft in China 280 Millionen US-Dollar in Forschung und Entwicklung investiert und 1.000 neue Mitarbeiter eingestellt.

www.microsoft.de

Bitkom: Deutsche bei Online-Verkäufen auf Platz 2

Wie der Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom) unter Berufung auf Zahlen von Eurostat erklärt, hat jeder fünfte Deutsche im Alter zwischen 16 und 74 Jahren im vergangenen Jahr privat Waren oder Dienstleistungen über das Internet angeboten. 2007 waren rund 13 Millionen Bürger im Internet als private Online-Verkäufer aktiv. Damit liegt Deutschland im europäischen Vergleich gleich hinter Dänemark auf dem zweiten Platz. 2002 lag der Anteil der privaten Online-Anbieter noch bei 5 Prozent, 2004 waren es schon 9 Millionen (14 Prozent) aktive Verkäufer. Im laufenden Jahr rechnet der Bitkom mit deutlich mehr als 14 Millionen. „Der Handel über das Internet hat sein Nischendasein beendet und ist auch für Privatteile zum Standard geworden“, betont Bitkom-Präsident Prof. Dr. August-Wilhelm Scheer. Für das Länder-Ranking zu den privaten Online-Verkäufen in der EU wurden Daten der europäischen Statistikbehörde Eurostat herangezogen, die Verbraucher von 16 bis 74 Jahren befragt hatte.

www.bitkom.de



Spielekonsolen • Software • Games

Sony SCED: echochrome – Ein neues Gameskonzept

Spiel mit der Realität

Nachdem Sony Computer Entertainment vor rund sechs Jahren mit Eye Toy den Spielmarkt revolutionierte, haben die Japaner jetzt mit echochrome wiederholt ein vollkommen neues, den Verstand herausforderndes Spielekonzept realisiert. Das Spiel erscheint für Playstation 3 und PSP.

echochrome glänzt nicht durch aufwendige Grafiken oder eine actionreiche Handlung im herkömmlichen Sinne. Vielmehr erwartet den Spieler eine minimalistische Grafik. Ziel ist es, eine Gliederpuppe, die über Balken und Treppen läuft, durch eine Reihe von verwirrenden 3-D-Labyrinthen zu steuern. Allerdings bewegt man während des Spiels nicht die Figur, sondern dreht das Labyrinth.

Am Anfang erscheint es unmöglich, den Ausgang zu finden: Plötzliche Abgründe und Sackgassen scheinen den Streifzügen ein Ende zu setzen. Doch wenn man das Labyrinth dreht, um Probleme und Gefahren aus einer

anderen Perspektive zu sehen, kann man die Realität ernsthaft an der Nase herumführen. Was von der einen Seite wie eine trügerische Lücke aussieht, kann zu einem passierbaren Übergang werden, wenn man seinen Blickwinkel ändert und es sich von einer anderen Seite aus ansieht.

Neuartiges Konzeptspiel

„Ein Konzeptspiel in dieser Form hat es bisher noch nicht gegeben“, so Guido Alt, Pressesprecher Sony Computer Entertainment Deutschland. „Der Controller wird gekippt und damit das Labyrinth gesteuert. Durch die Drehung der Perspektive ergeben sich plötzlich neue Laufwege für

die Figur.“ echochrome trainiert das räumliche Vorstellungsvermögen und ist mentales Fitness-training zugleich.

An immer schwierigeren Labyrinthen testet man sein Geschick und seine Vorstellungskraft. Hat der Spieler genügend Erfahrung gesammelt, so kann er sein Wissen einsetzen, um eigene,

Bei echochrome handelt es sich um minimalistische Grafik sowie ein den Verstand herausforderndes Spielerlebnis. Der Spieler steuert eine Gliederpuppe durch eine Reihe von verwirrenden 3-D-Labyrinthen, doch er dreht dabei nicht die Marionette, sondern er rotiert das Labyrinth.

anspruchsvolle Level zu erstellen. Ist man mit seinen verdrehten Kreationen zufrieden, lassen sich diese zum Beispiel Freunden über das Playstation Network auf PS3 oder über den Ad-hoc-Modus auf PSP zur Verfügung stellen. Das

Spiel kommt im Juni auf den Markt und wird zuerst als Online-Download bereitstehen. Etwas später erscheint dann auch die Verkaufsversion für den Laden mit Verpackung.

www.playstation.de

Farbige Spielekonsole von Yuraku

Das Gaming-Center Yur.Gaming V-MAX16 wird über das AV-Kabel an den Fernseher angeschlossen, und schon kann das Spiel beginnen. Der Gamer hat die Wahl zwischen sieben interaktiven Sportspielen oder 16 Arcade Games. Die Accessoires, die auf den Wireless-Controller gesteckt werden können, machen jedes interaktive Game noch authentischer. So schlägt der Spieler den Ball nicht länger mit dem Controller, sondern mit einem Tennisschläger. Diese Accessoires sind für die Spiele Tennis, PingPong, Golf und Baseball verfügbar. www.yuraku.de



Mit mehr als 50 verschiedenen Übungen ist für Profis, Anfänger, Kinder, Eltern oder Großeltern immer die passende dabei. Auch der Spielspaß kommt bei Hula-Hoop oder Schanzensprung nicht zu kurz. Das Wii Balance Board ist eine mit Drucksensoren ausgestattete Standfläche, die auf dem Boden vor dem Fernseher und der Konsole platziert wird und die Bewegungen des auf ihm stehenden Spielers in entsprechende Aktionen auf dem Bildschirm umsetzt. www.nintendo.de



Ubisofts Soulcalibur IV kommt im Sommer

Ende Juli dieses Jahres kommt Soulcalibur IV zeitgleich für Playstation 3 und für Xbox 360 auf den Markt. Das Spiel bietet dem Gamer ein Kampferlebnis der nächsten Generation. Es enthüllt die Entstehung der Soulcalibur-Saga und bietet sowohl neue als auch be-

kannte Gesichter und erreicht die nächste Stufe in den Bereichen dynamischer Spielablauf und Grafiken auf den Systemen der nächsten Konsolen-Generation. www.ubisoft.com

Atari bringt in Kürze Naruto auf PSP

Atari veröffentlicht Naruto: Ultimate Ninja Heroes 2: The Phantom Fortress von Namco Bandai Games für Play-



Station Portable. Der Titel bringt das Kampfsystem von PlayStation 2 auf den Handheld, erweitert die Serie aber mit einer exklusiven Story, neuen Animationen und kabelloser Multiplayer-Aktion. Die Spieler wählen insgesamt aus sechs verschiedenen Spielmodi. Das Spiel ist ab Juli 2008 erhältlich. www.atari.com

Monopoly von EA

Das bekannteste Brettspiel der Welt findet seinen Weg auf die Videospielekonsole: Monopoly. Schnelleres Gameplay und Partymodi sowie Minispiele wie das Ausbrechen aus dem Gefängnis machen das Spiel noch



abwechslungsreicher für Familien. Monopoly erscheint im Herbst 2008 für die Wii, Xbox 360 und die Playstation 2. www.electronicarts.de

Darts 2008 für die Wii

PDC World Championship Darts 2008 von Oxygen Games ist ab sofort für Nintendo Wii erhältlich. PDC World Championship Darts 2008 widmet sich der professionellen Seite des Präzisionssports. Der Spieler muss die Darts akkurat auf der Scheibe platzieren. www.oxygengames.net

Spiele-Markt wächst um 30 Prozent

Mit Konsolen, Konsolen-Spielen und PC-Spielen setzte die Branche insgesamt 2,3 Milliarden Euro um – ein Plus von knapp 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. 2006 lagen die Umsätze noch bei 1,77 Milliarden Euro. Grundlage für die Angaben sind Erhebungen von GfK und Media Control für den Bitkom. 2007 wurden eine Million mehr Spielkonsolen verkauft als 2006: 2006 gingen 2,9 Millionen Geräte für 490 Millionen Euro über die Ladentheken, 2007 waren es 3,9 Millionen Geräte für fast 800 Millionen Euro. Für 2008 erwartet der Bitkom ein Wachstum des deutschen Computerspiele-Marktes um rund 8 Prozent auf 2,5 Milliarden Euro. Markttreiber sind dabei die Konsolen-Spiele. „Neue Spiele-Ideen erschließen derzeit zusätzliche Zielgruppen“, so Achim Berg, Vizepräsident Bitkom. www.bitkom.de

Nintendo startet Wii Fit

Der virtuelle Personal Trainer Wii Fit lädt Familien und Freunde zu sportlichen Übungen und spannenden Spielen in den eigenen vier Wänden ein.





BEZIEHUNGSWEISE

„Leben heißt in Beziehung sein.“ Laotse

Hinter den meisten 'Sachkonflikten' steht ein Thema auf der Beziehungsebene. Schwierige, ungeklärte Beziehungen rauben Energie, hemmen Lebensfreude und Motivation.

Coaching als Kurzzeit-Begleitung ermöglicht Ihnen:

- ▶ Klärung schwieriger Beziehungen im Berufs- und Privatbereich
- ▶ Reflexion der eigenen Situation
- ▶ Zielklärung und Entscheidungsfindung
- ▶ Anregung neuer Sichtweisen
- ▶ Änderung ineffektiver Wiederholungsschleifen und starrer Muster

Ursula Hinkel • Kommunikation & Coaching • Gaiglstr. 16 • 80335 München
Tel. 089 / 12 000-178 • Fax -179 • beziehungsweise@ursula-hinkel.de • www.ursula-hinkel.de

Key Account Manager & Vertriebsleiter

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

In einem zukunftsbezogenen Markt möchte ich zielgerichtet meine solide gewachsenen Kontakte zu allen Entscheidern in den Zentralen der Fachhandelskooperationen • MSH • CC Märkte • LEH • Discounter • usw. in professionell-innovativer Weise in Ihrem Unternehmen einbringen.

Mein Profil:

Erfolgsorientiertes Handeln und unternehmerisches Denken, kaufmännische Kompetenz und Organisationsgeschick zähle ich neben umfangreichen Kenntnissen in strategischer Ausrichtung und operativer Umsetzung ebenso zu meinen Stärken wie ein hohes Maß an Eigeninitiative und Kreativität. Fundierte Vertriebs- und Fachkompetenz als Teamplayer mit hoher sozialer Verantwortung und ausgeprägter Kommunikationsfähigkeit geben mir die Basis zum erfolgreichen Führen und Motivieren einer Vertriebsmannschaft.

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

Chiffre 4284256



Wireless von Schuh zu Schuh

Vorbei ist es mit „Dem Schweigen der Schuhe“, wenn sich die „wegbereitende intelligente Schuhtechnik“ des US-amerikanischen Unternehmens VectraSense Technologies durchsetzt. Bei dem neuesten VectraSense Modell passt ein integrierter Computer den Schuh an die Bewegungen seines Trägers an. Kleine Luftkissen in der Sohle werden mit mehr oder weniger Luft gefüllt. Bei gemütlichem Gang wird die Sohle weicher, bei schneller Bewegung härter eingestellt. Das kennt man als variable Dämpfung beim Auto. Mit dem „Verb for Shoe“ ist dieser Komfort nun auch jenseits von 125 Dollar Rohölpreis pro Barrel verfügbar. Problematisch: Der „Verb for Shoe“ plappert drahtlos mit anderen Schuhen und tauscht mit ihnen nach mehrmaligem Auftippen mit der Spitze Informationen über den Träger aus. Das sorgt vor allem an roten Ampeln für Freude, falls es der Schuh an dem Gas-Fuß ist.

evo



Unterhaltungs-Elektronik

Metz zählt zu den bedeutenden deutschen Unternehmen in der Branche der Unterhaltungselektronik, das am Standort Deutschland mit etwa 700 Mitarbeitern hochwertige Produkte entwickelt, herstellt und vertreibt. Zukunftsweisende Technologien, hoher Qualitätsanspruch, modernes Design und ein umfassender Service stehen für ein unverwechselbares Markenprofil.

Für unseren Bereich Marketing suchen wir den/die

Produkt Trainer/in

Unterhaltungselektronik

Ihre Aufgaben:
Sie beraten und schulen den Fachhandel, Key-Kunden und Großhandelspartner sowie den Vertriebsaußen- und -innendienst des Unternehmens hinsichtlich Produkteigenschaften, Produkt- und Bedienphilosophie auf der Basis eines schlüssigen Schulungskonzeptes mit klar definierten Zielen. Dabei stehen Motivation und Überzeugung der Zielgruppen für die Marke im Mittelpunkt. Die Teilnahme an regionalen und überregionalen Messen und Sonderveranstaltungen sowie an Vertriebstagungen und Strategiemeeetings ist obligatorisch. Darüber hinaus unterstützen Sie Marketing und Vertrieb bei besonderen Vertriebsaktivitäten und Zielsetzungen.

Ihr Profil:
Nach einer einschlägigen abgeschlossenen kaufmännischen oder technischen Ausbildung verfügen Sie idealerweise bereits über mehrjährige Erfahrungen im Umgang mit erklärungsbedürftigen Produkten als Produkt-Trainer(in) im Vertrieb, Produktmarketing oder im Handel. Präsentations- und argumentative Kommunikationssicherheit sind ebenso eine wichtige Voraussetzung für diese Position wie ein überzeugendes, kompetentes und gewinnendes Auftreten. Reisebereitschaft (überwiegend innerhalb Deutschlands), auch mit mehrtägiger Abwesenheit, ist unbedingt erforderlich.

Wir wenden uns an Sie, sofern Sie die gewünschten fachlichen und persönlichen Voraussetzungen mitbringen. Wenn Sie sich in dieser herausfordernden Aufgabenstellung weiter profilieren wollen, dann freuen wir uns auf Ihre aussagefähigen Unterlagen.

**Metz-Werke GmbH & Co KG, Leitung Personalwesen,
Ohmstraße 55, 90513 Zirndorf, Telefon 0911/97 06 248**

www.metz.de

Vertriebsleiter & Key Accounter

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

Meine Kernkompetenz:

- Teamplayer mit hoher sozialer Kompetenz
- stark in strategischer Ausrichtung und operativer Umsetzung
- verhandlungssicher auf allen Ebenen

- erfolgsorientiertes Handeln und unternehmerisches Denken
- korrektes und sicheres Auftreten
- hohe Vertriebs- und Fachkompetenz
- ausgeprägte Kommunikationsfähigkeit
- hohes Maß an Eigeninitiative und Kreativität

Meine detaillierten Bewerbungsunterlagen erhalten Sie unter Chiffre Nr. 4284246

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

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

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

Redaktion:

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

Anzeigen: Ralf Gruna

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
Albert Willmann

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

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

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der

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

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.

Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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



ISSN: 1615-0635

BALD IST SPIELZEIT



MEHR ERLEBEN!

Am 7. Juni geht's los: Europa feiert Fußball total! Die Plätze in den Stadien sind limitiert, die Wege weit – **also wird für Millionen Fans das Wohnzimmer drei Wochen lang zum Stadion!** Wer hier auf den besten Plätzen wie „live“ dabei sein will, der braucht jetzt das, was die Stadionatmosphäre direkt ins Wohnzimmer bringt:
Der lebendige, mitreißende Stadionsound muss her! Bose hat genau das, was Ihre Kunden wollen:



BOSE® 3-2-1® DVD Home Entertainment Systems

MEHR BEKOMMEN!

In der **SPIELZEIT 2008** bietet Bose Ihren Kunden neben den einzigartigen Vorteilen der BOSE® 3-2-1®-Systems **viele weitere Gründe, eine Kaufentscheidung zu treffen!**
Sie machen exklusive, limitierte Angebote, die **Ihre Kunden überzeugen** – und die auch **Sie überzeugen**:
Die SPIELZEIT 2008 fördert aktiv Ihren Verkaufserfolg in vielen Bereichen Ihres Geschäfts!
Sind Sie dabei? Dann sprechen Sie jetzt mit Ihrem Bose-Außendienstmitarbeiter!

BOSE®
Better sound through research®

Unglaubliche Augenblicke in High Definition.

Die neue Handycam® HDR-TG3 von Sony mit Titangehäuse.



Hochauflösende Videos und Bilder sind mit der kleinsten High Definition Handycam® der Welt garantiert. Erleben Sie verblüffenden Bedienkomfort durch Gesichtserkennung, exzellente Bildqualität dank Carl Zeiss® Objektiv sowie hochauflösenden ClearVid CMOS Sensor im Zusammenspiel mit „BIONZ“- und „Exmor“-Technologie.

Full HD
1080

SONY

HANDYCAM®

images like.no.other™