



Produktgestaltung: Phoenix Design.

Null
08/15.

Nach allen Regeln gegen die Regeln. Loewe Individual. Der einzige Fernseher, den Sie selbst gestalten können. Nähere Informationen unter www.loewe.de.

LOEWE.

Das Geschäft mit Systemkameras boomt!

Mehr Ertrag durch D-SLR-Fotografie und Zubehör

Keine Frage: Die Spiegelreflexfotografie boomt. Nach einer längeren Durststrecke geht es wieder aufwärts mit dem Geschäft, das dem Handel viele Jahrzehnte lang Freude bereitet hat. Spiegelreflexfotografie, das heißt in erster Linie, daß Fotografen mit höherem oder hohem Anspruch aktiv sind. Fotografen, und damit potentielle Kunden, die bereit sind, mehr Geld für ihr Hobby (oder ihren

Der Handel reagiert auf die steigende Nachfrage mit unverhohlener Freude. Das wundert nicht, blickt man auf die Marktentwicklung, die derzeit kontinuierliches zweistelliges Wachstum zeigt. So berichtete beispielsweise Robby Kreft, Geschäftsführer der Foto-Kooperation europa-foto, im Rahmen der Gesellschafterversammlung vor einigen Wochen von einem 37prozentigen Anstieg

der Verkäufe von Spiegelreflexkameras, und auch Michael Gleich, Geschäftsführer der Foto-Kooperation Ringfoto, wartete vor wenigen Tagen auf der Jahreshauptversammlung seiner Organisation für die vergangenen Monate mit vergleichbaren Zahlen auf.

Freude bereitet dem Fachhandel und den Fachabteilungen aber nicht nur der Anstieg der Verkäufe

Beruf) auszugeben. Geld, das in Kameras, Zubehör und Bilder investiert wird. Dabei ist mit „Bilder“ nicht nur die Dienstleistung eines Labors gemeint, sondern es geht vor allem auch um Artikel zur Präsentation der Aufnahmen, denn SLR-Fotografen sind in der Regel stolz auf ihre Bilder und zeigen sie gern – und zwar hochwertig aufbereitet, dem Wert ihrer Ausrüstung entsprechend.

in absoluten Zahlen, sondern die daraus resultierende Tatsache, daß die Bedeutung der Spezialisten am Point of Sale wieder steigt. SLR-Kameras und -zubehör verkaufen sich nur ganz selten von der Palette. Wer hier erfolgreich sein will, muß im Verkaufsgespräch Expertise zeigen, muß wissen, wovon er spricht.

Als weiteres Indiz dafür, daß die Systemfotografie mit Spiegel-

reflexkameras auf dem Vormarsch ist, darf gewertet werden, daß neue Unternehmen in diesen Markt einsteigen. So werden beispielsweise in den kommenden Monaten Panasonic mit der Lumix DMC-L1 und Sony mit der α100 ihre ersten SLR-Systemkameras vorstellen. Das würden weder sie noch ihre Optik-Kooperationspartner Leica (Panasonic) bzw. Carl Zeiss (Sony) wohl kaum

Neuer leistungsstarker LCD-TV von JVC

Mit dem DynaPix LT-37M60 bringt JVC einen LCD-Fernseher mit modernster Flachbildtechnologie auf den Markt. Das Gerät ist natürlich HD ready ... S. 12



„watcha“ – Ein neues Zeitalter des Handy-TVs

Ende Mai hat die öffentliche Ausstrahlung des mobilen Fernsehangebots „watcha“ begonnen. Fernsehen wurde mobil und das Handy zum TV-Empfänger ... S. 23



Packard Bell mit neuem 17" Notebook

Anfang Juli bringt Packard Bell sein neuestes 17" Notebook in den Handel. Das Notebook ist mit einem Intel T2400 Core Duo Prozessor ausgestattet ... S. 29



LCD-TV DLP-3212



Foto macht Freude

Urlaubszeit ist Fotozeit. Deshalb haben wir unser Titelthema in dieser Ausgabe den digitalen Spiegelreflexkameras gewidmet. Denn dieses Segment macht zur Zeit nicht nur der ganzen Fotobranche Freude, sondern besonders dem Fachhandel.



Während sich bei den digitalen Kompaktkameras nach jahrelangem Boom erste Ermüdungserscheinungen zeigen, wächst der digitale Spiegelreflexmarkt in Größenordnungen, die man sich im analogen Zeitalter für Systemkameras nicht einmal erträumt hätte. Man kann an dieser Stelle den einschlägigen Herstellern durchaus einmal Lob zollen, daß sie mit interessanten Ausstattungen, innovativen Entwicklungen – wie zum Beispiel dem eingebauten Bildstabilisator – und aktivem Marketing für klingelnde Kassen sorgen, und das vor allem beim Fachhandel! Dessen Marktanteil im Fotosegment zeigt seit Mitte des vergangenen Jahres spürbar nach oben – während der Anteil der Fachmärkte stagniert. Das gilt besonders für die wertmäßige Entwicklung – kein Wunder, denn digitale Spiegelreflexkameras sind zwar so günstig geworden, daß man viele verkaufen kann, aber sie haben immer noch ihren Preis. Und weil es sich um erklärungsbedürftige Produkte handelt, bevorzugen die Kunden weder die Fachmärkte noch das Internet, sondern setzen auf kompetente Beratung beim Fachhandel. Und dieser – das ist leider auch nicht immer selbstverständlich – hat die Zeichen der Zeit erkannt und nutzt die Gunst der Stunde.

Man muß hinzufügen: Das ist auch bitter nötig, denn der Preiskampf bei den Kompaktkameras und das in vielen Geschäften immer noch zurückgehende Bildergeschäft würden viele Fachhändler vor große Probleme stellen, wenn sie die dort fehlenden Deckungsbeiträge nicht mit Spiegelreflexkameras und vor allem Zubehör kompensieren könnten.

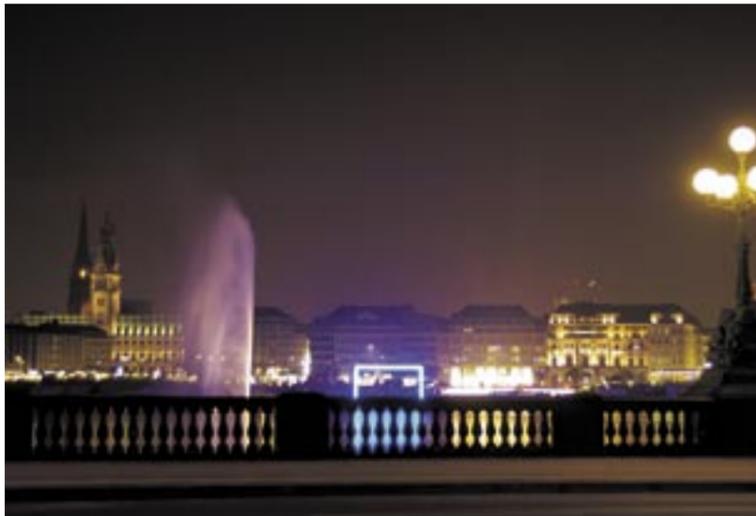
Auf der anderen Seite zeigt die erfreuliche Entwicklung im SLR-Bereich: Kompetenz lohnt sich, und es zahlt sich aus, Fachpersonal zu beschäftigen und die Kunden ordentlich zu beraten.

Das sollte auch für andere Kategorien Mut machen: Auch bei HDTV zum Beispiel sind viele Konsumenten unsicher und können von gut informiertem Verkaufspersonal vor Fehlinvestitionen bewahrt werden. Und was die Foto-Abteilung angeht: Ende September trifft sich die Welt auf der photokina in Köln – da werden besonders die Innovationen im Spiegelreflex-Bereich im Mittelpunkt stehen. Kompetente Fachhändler können sich darum schon jetzt auf weitere Umsatzimpulse freuen.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement



machen, wenn sie in diesem Segment nicht gute Wachstumschancen sehen. Tatsächlich hob Fujio Nishida, President Sony Europe, bei der Vorstellung der neuen Sony α 100 auf einer Pressekonferenz in Marokko die Ambitionen des Unternehmens im SLR-Markt hervor, „für den wir in diesem Jahr ein Wachstum von mindestens 40 Prozent sehen“.

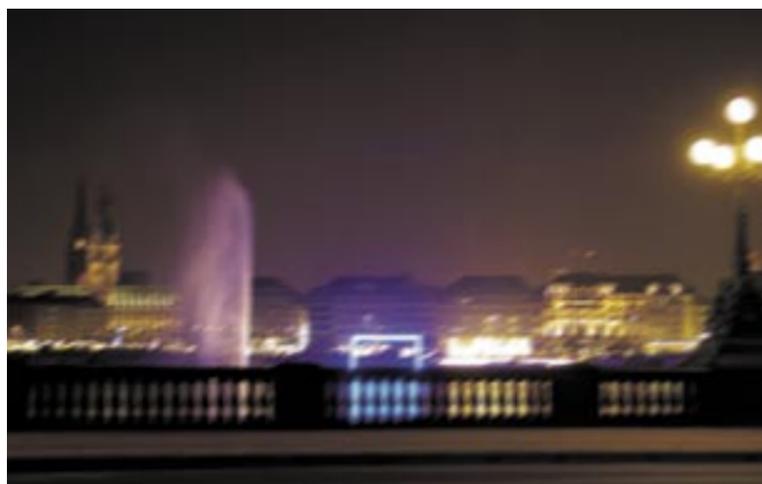
Die Spiegelreflexfotografie hat hinsichtlich der Neuanschaffungen den Schritt zu digital fast komplett vollzogen. Und Digitalkameras weisen zahlreiche Verbesserungen auf, die analog nicht möglich gewesen wären, zum Beispiel einen Bildstabilisator, der direkt auf den Film einwirkt (so wie verschiedene Unternehmen diesen heute unmittelbar am Aufnahmechip einsetzen). Aber letztlich ist es für den Handel gleichgültig, ob als Speichermedium ein chemischer Film oder ein digitaler Massenspeicher dient. Eher im Gegenteil: Durch das Digitale haben sich vollkommen neue Möglichkeiten der Bildverwendung ergeben, und auch die Bildverarbeitung kann heutzutage wesentlich schneller erfolgen – wodurch die Freude des Anwenders steigt, kann er doch mißlungene Aufnahmen unmittelbar wiederholen, sofern das Motiv dies zuläßt, bzw. gelungene Bilder viel eher betrachten und vorzeigen.

Neues hat die Digitalfotografie insbesondere mit Blick auf die zahlreichen Bildverbesserungs-, -archivierungs- und -präsentationsmöglichkeiten zu bieten. Dies gilt zwar grundsätzlich für alle Fotografen, aber wie bereits erwähnt, sind SLR-Fotografen gewöhnlich engagierter bei der Sache, wollen das Beste aus ihren Aufnahmen herausholen.

Für den Handel ergibt sich damit die Chance, Software zu verkaufen, für die es in der analogen Welt keine Entsprechung gegeben hat. Zwar werden viele Kameras inklusive einfacher Programme ausgeliefert, aber für (semi)professionelles Arbeiten gibt es halt entsprechende Software, die nicht im Lieferumfang enthalten ist.

Die Bildstabilisierung direkt an der Bildebene war zu Zeiten des Films nicht möglich. Erst mit der Digitalfotografie haben verschiedene Hersteller, die Aufnahmen zeigen Bilder einer Pentax K100D, diese Funktion in die Gehäuse integriert.

werden. Denn wer vermag schon, oder wer hat Lust dazu, aus einem Archiv von 1.000 oder mehr Bildern das richtige herauszufinden, wenn die Fotos nur durch kryptische Buchstaben-Zahlenkombinationen wie P165896, P165897, P165898 usw. gekennzeichnet sind? Und auch Archivierungshinweise wie „Winter 2005“, „Italien 2006“ oder „Erikas Hochzeit“ helfen nur bedingt weiter, da Digitalfotografen deutlich mehr Bilder pro Ereignis speichern als früher und es einfach länger dauert, digitale Bilder zu öffnen, als geprintete Bilder zu durchforsten, selbst dann, wenn diese in einem Schuhkarton aufbewahrt werden.



Etwas stiefmütterlich scheint der Handel dabei momentan das Thema Archivierung und Präsentation zu behandeln. Dabei kann insbesondere gerade der erstgenannte Punkt dauerhaft zu einem Problem für den Anwender

Mit intelligenter Archivierungssoftware, und der Markt hat inzwischen zahlreiche brauchbare Programme zu bieten, löst der Handel nicht nur das Problem für den Kunden, bevor es überhaupt zu einem Problem wird, sondern

Olympus E-330 in maßgeschneiderten Kits

Olympus bietet die digitale SLR Olympus E-330 ab sofort auch in sechs speziellen Kit-Versionen an. Die maßgeschneiderten professionellen Lösungen wurden für Reise-, Medizin-, Makro-, Natur-, Architektur- oder Unterwasserfotografen konzipiert und mit entsprechenden Geräten und Zubehör bestückt. Der Lieferumfang der einzelnen Kits:

- Pro Kit: Olympus E-330, Zuiko Digital 2,8–3,5/14–54 mm (28–108 mm*), Blitzgerät FL-50, Systemtasche Kompakt SBC-1; UVP 1.999 Euro.
- Traveller Pro Kit: Olympus E-330, Zuiko Digital 2,8–3,5/11–22 mm (22–44 mm*), Zuiko Digital ED 3,5–6,3/18–180 mm (36–360 mm*), Blitzgerät FL-36, Systemtasche Kompakt SBC-1; UVP 2.399 Euro.
- Medizin & Makro Pro Kit: Olympus E-330, Zuiko Digital 2,8–3,5/14–54 mm (28–108 mm*), Zuiko Digital ED 2,0/50 mm Makro (100 mm*), SRF-11 Ringblitz-Set mit Adapterring FR-1, Systemtasche Kompakt SBC-1; UVP 2.699 Euro.
- Architekten Pro Kit: Olympus E-330, Zuiko Digital ED 4,0/7–14 mm (14–28 mm*), Zuiko Digital 2,8–3,5/14–54 mm (28–108 mm*), Blitzgerät FL-50, Systemtasche Kompakt SBC-1; UVP EUR 3.499.
- Nature Pro Kit: Olympus E-330, Zuiko Digital ED 4,0/7–14 mm (14–28 mm*), Zuiko Digital 2,8–3,5/14–54 mm (28–108 mm*) Zuiko Digital ED 2,8–3,5/50–200 mm (100–400 mm*), Zuiko Digital ED 2,0/50 mm Makro (100 mm*), Telekonverter EC-14 (1,4fach), E-System Tasche; UVP: 4.999.
- Taucher Pro Kit: Olympus E-330: Zuiko Digital 3,5–5,6/14–45 mm (28–90 mm*), Zuiko Digital ED 2,0/50 mm Makro (100 mm*), Blitzgerät FL-36, Unterwassergehäuse, Ports, Blitzarm und Verbindungsstück: PT-E02, PPO-E01, PPO-E03, PFL-E01, PTBK-E01 und PTSA-01; UVP 4.299 Euro.



* Brennweitenangaben in Klammern entsprechend Kleinbildformat

Mit den wachsenden Verkaufszahlen von digitalen Spiegelreflexkameras steigen die Chancen für den Handel, auch wieder mehr Zubehör verkaufen zu können. Die meisten Hersteller bieten zu den D-SLR-Kameras ein großes Sortiment an Systemzubehör an.



beweist auch die Kompetenz, die ihn schon immer auszeichnete. Brachliegende Geschäftsfelder sind derzeit ebenfalls noch beim Thema Präsentation zu beobachten. Spiegelreflexfotografen wollen ihre Bilder zeigen, haben sie doch viel Geld in die Ausrüstung und Zeit und Können in die Komposition ihrer Werke investiert. Da darf es auch ruhig mal ein teures Album oder ein hochwertiger Rahmen sein. Übrigens gehört dieser Produktbereich immer noch zu der Spitze der Margenhitliste im Fachhandel, und es gibt keinen Grund, das Anbieten eines derartigen Produktes für eine altbackene Verhaltensweise zu halten. Aber auch bei der Präsentation ergeben sich durch die Digitalisierung der Bilder neue Möglichkeiten, sei es beim Laborgeschäft, sei es bei der eigenen Anwendung des Kunden. Digitale Fotobücher, im Laden selbst produziert oder im Großlabor hergestellt, digitale Bilderrahmen, die das eigentliche Motiv einem Passepartout gleich aufwerten, werden dem hohen Anspruch von Spiegelreflexfotografen gerecht, bieten dem Handel die Chance, sich vom Wettbewerb zu differenzieren und bringen gute Erlöse. Die Präsentation der Bilder kann auch im Internet erfolgen, in (manchmal sogar kostenlosen) Onlinearchiven, die bei Drittanbietern bereitstehen, oder auf der eigenen Homepage, die inzwischen für wenig Geld von spezialisierten Internetunternehmen zu haben ist – inklusive der notwendigen Programme zum Überspielen der Bilddaten und zum Gestalten des Fotoarchivs. Umsatzchancen für den Handel ergeben sich hier beispielsweise durch die Vermarktung des Internetauftritts selbst, also beispielsweise durch den Verkauf des Domainnamens und die Vermietung des sogenannten Webspaces, oder durch den Verkauf von UMTS-Notebookkarten, Wireless

LAN-Zubehör oder Breitbandleitungen, über die die Bilder ins Onlinearchiv geschickt werden. Wer sich den Einstieg in das Internet- und Telekommunikationsgeschäft bzw. den Verkauf entsprechender Tk-Produkte und -dienste nicht zutraut, sollte sich nach

argumenten wie früher. Hinzu kommen Dinge, die ihre Notwendigkeit, zumindest teilweise, auch dem Wandel zum Digitalen hin zu



Das Angebot von digitalen Spiegelreflexkameras ist derzeit noch recht überschaubar. Hier eine Auswahl der aktuellsten Modelle verschiedener Hersteller.

Partnerschaften in der Tk-Branche umsehen, denn dort gibt es viele Anbieter mit ähnlichen Gedanken, die mangels Fotoerfahrung Kooperationsmöglichkeiten in der Fotobranche suchen. Digitale Bildpräsentation kann weiterhin auch das Zeigen der Fotos auf einem Fernsehgerät oder einem Computermonitor bzw. über einen Digitalprojektor bedeuten. Auch diesem Thema dürfte die Käufergruppe der Spiegelreflexfotografen positiv gegenüberstehen, waren sie es doch auch, die früher Diaprojektoren gekauft und benutzt haben. Doch Spiegelreflexkameras, und gemeint sind hier nicht die sogenannten All-in-One-Bridge-Kameras, sondern die Systemkameras, machen dem Handel schließlich auch deshalb Freude, weil mit ihnen das klassische Zubehörgeschäft wieder wächst. Wechselobjektive, Stative, Blitzgeräte, Filter, Taschen – diese Artikel sind aus dem analogen Fotogeschäft hinlänglich bekannt und verkaufen sich mit denselben Verkaufsf-

verdanken haben. Hier sind in erster Linie Speicherkarten zu nennen. Dank größerer Bilddateien, schnellerer Bildfolgen, engagierteren Fotografierens der Besitzer und der Fähigkeit vieler Kameras, auch Videos zu produzieren, steigt die Nachfrage nach Speicherkarten mit immer höherer Auflösung. Auch das Energiemanagement bietet dem Handel Chancen, denn große Displays brauchen viel Strom. Gute Chancen also, um hochwertige (Zweit)Akkus und Schnellladegeräte zu verkaufen. Chancen, vom Spiegelreflexboom zu profitieren, gibt es mithin reichlich. Aber es ist wie meistens im Leben: Wer zu den Gewinnern gehören will, muß aktiv werden, sich Gedanken machen und die Kunden mit Kompetenz und guten Angeboten überzeugen.

Panasonic kündigt für den August 4 GB SDHC an

Panasonic plant für August die Markteinführung einer 4 GB SDHC (SD High Capacity). Die Karte wurde entsprechend den aktuellsten Spezifikationen konzipiert. Diese wurden festgelegt, um dem wachsenden Bedarf für High Definition (HD)-Video und hochauflösende Bildaufzeichnungen zu entsprechen und erlauben die Entwicklung von SDHC Speicherkarten mit Kapazitäten von bis zu 32 GB. Zeitgleich mit der Definition neuer Spezifikationen hat die SD Card Association (SDA) Bezeichnungen für unterschiedliche Leistungsklassen festgelegt, die zur Standardisierung der Datentransfer-Geschwindigkeiten dienen. Während bislang allgemeinverbindliche Standards für Hersteller fehlten, geben nun die Klassen 2, 4 und 6 das steigende Leistungsvermögen der Speicherkarten an. Die neue SDHC von Panasonic hat eine Speicherkapazität von 4 GB und eine Datentransferrate von bis zu 5 MB pro Sekunde. Damit entspricht sie der Leistungsklasse 2. Um die neuen SDHC Karten eindeutig von herkömmlichen SD Speicherkarten unterscheiden zu können, erhält die SDHC Karte von Panasonic ein eigenständiges Design. Mit ihrem silberfarbenen Etikett auf schwarzem Grund und ihrer schwarzen Box, die beide das SDHC-Logo tragen, soll sich die 4 GB SDHC unverwechselbar vom bestehenden SD Speicherkartensortiment von Panasonic abheben. Durch den Wechsel zu den Spezifikationen der neuen Version 2.00 kann die SDHC Speicherkarte nur in Geräten eingesetzt werden, die das SDHC Format unterstützen. In SD-Geräten, die diesen Spezifikationen nicht entsprechen, kann die SDHC nicht zum Einsatz kommen. Mit der Einführung der neuen SDHC Speicherkarte bleibt Panasonic dem Anspruch verpflichtet, eine führende Rolle bei der Entwicklung von SD-Geräten und SD-Speicherkarten zu spielen.



POs-MAIL INHALT



High End 2006 – besser als live? ... 6



Loewe als ein „Ort im Land der Ideen“ ... 8

Bravia – Ein Meilenstein in der Sony Displaytechnik ... 10

Sharps Aquos-Service-Konzept ... 11

Super Deluxe LCD-TV von JVC ... 12

LG mit CE-Neuheiten rund um die WM ... 12

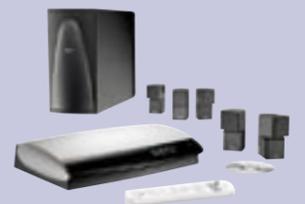
Neue DVD-Player und -Recorder von Toshiba ... 14

Jahreskonferenz der Euronics International in Köln ... 16

The Phone House eröffnet ersten T-Punkt ... 18



E-Plus verstärkt Handelsmarketing ... 21
„watcha“ läutet das Zeitalter des Handy-TVs ein ... 23



Bose verbindet Spitzenklang und Lifestyle ... 24
Anga Cable in Köln ... 25

Mehrkanal-Receiver und Medien Center von Pioneer ... 26



Neuer Single-Pass-Farblaserdrucker von Samsung ... 28
Neues 17“ Notebook von Packard Bell ... 29

Computex News und Nachrichten ... 29

Tk-Nachrichten ... 18, 20

Tk-Neuheiten ... 22

Neuheiten ... 9, 14, 17, 24, 27

Aktuell ... 4, 13, 26, 28

Kleinanzeigen ... 30

No(?)sense ... 30

Impressum ... 30

Pos Aktuell

Neuer Leiter Home Entertainment Vertrieb bei Pioneer

Werner Schilz zeichnet seit Anfang April auf Geschäftsleitungsebene für die strategische Ausrichtung des Vertriebs der Pioneer Home Entertainment Produkte verantwortlich. Schilz, seit 1990 bei der



Pioneer Electronics Deutschland GmbH tätig, war als nationaler Vertriebsleiter in erster Linie für die Entwicklung der fachhandelsorientierten Vertriebspolitik im deutschen Markt zuständig. In seiner neuen Position ist er nun maßgeblich an der weiteren strategischen Ausrichtung der Marke Pioneer im deutschen und europäischen Markt verantwortlich.

Sun Shubao ist neuer General Manager bei Haier Europe Trading



Haier Europe Trading, Hersteller von Haushaltsgeräten, LCD- und Plasma-Fernsehern sowie Heimkino-Systemen

und Mobiltelefonen, hat bekanntgegeben, daß ab sofort Sun Shubao als General Manager für die deutsche Niederlassung des chinesischen Konzerns verantwortlich zeichnet. Sun Shubao ist bereits seit 2001 in die deutschlandweiten Geschäfte von Haier Europe Trading involviert und hat so bereits einen breiten Überblick über die verschiedenen Sparten des Unternehmens und den deutschen Markt gewonnen. Shubao hat ein Germanistik- und Dolmetscher-Studium in China abgeschlossen und sich danach in verschiedenen Marketing- und Vertriebspositionen internationales Know-how erworben.

Neuer Leiter Marketing und Vertrieb bei Haier

Marcus Abt ist neuer Leiter Marketing und Vertrieb bei Haier Europe Trading Deutschland. Die Karriere von Marcus Abt begann 1990 im Finanzressort des renommierten US-Konzerns Pitney Bowes. Ab 1992 zeichnete er als Verkaufsleiter für den Vertrieb des führenden Spielwarenherstellers Tyco/Matchbox verantwortlich und wechselte dann zu Sony Music in Frankfurt. Als letzte Station vor Haier war Abt Leiter für den Gesamtvertrieb von Elta Deutschland.

Metz mit neuem Leiter Marketing/Unternehmenskommunikation

Zum 1. Mai 2006 hat Matthias Moschner die Leitung des Bereiches Marketing- und Unternehmenskommunikation der Metz-



ALPINE
Mobile Media Solutions

Play it!
Mobile Media erleben.

www.alpine.de

Werke GmbH & Co. KG übernommen. Moschner verfügt über eine langjährige Erfahrung in der CE-Branche und war in leitenden Marketing-Positionen tätig. Zu seinem neuen Aufgabengebiet gehört es, das Fachhandelskonzept der Marke Metz weiterhin zu stärken und die Unternehmensphilosophie noch stärker in das Interesse der Öffentlichkeit zu rücken.

EP Händler bieten Pannenhilfe zur Fußball-WM

Kein Bild, kein Ton, keine Fußball-WM. Für den Zeitraum der Fußballweltmeisterschaft haben sich EP:Markenhändler eine besondere Aktion einfallen lassen. Falls der Fernseher streiken sollte, genügt ein Anruf unter der bundesweiten EP-Service-Hotline: 01804/88 36 58 67. 700 Händler sind während der Fußball-WM (9. Juni bis 9. Juli 2006) an allen Spieltagen rund um die Uhr in ganz Deutschland für die Fußballnation im Einsatz, so daß niemand ein wichtiges



Spiel verpassen muß. Der Fachmann ist innerhalb kürzester Zeit zur Stelle. Ist das Heimkino nicht gleich vor Ort zu reparieren, reicht ein Gang zum Fahrzeug und das Ersatzgerät wird aufgestellt.

DIWA Gold Award für Panasonics Lumix DMC-LX1

Nach der FZ30 gewinnt die Lumix DMC-LX1 den zweiten DIWA (Digital Imaging Websites Association) Gold Award für Panasonic. DIWA Testmanager Kai Thon sagte zur Auszeichnung der LX1: „Weitwinkel-Zoom-Objektive sind in digitalen Kameras wegen ihrer physikalischen Besonderheiten und Kosten rar gesät. Die LX1 bietet nicht nur ein solches Objektiv, sondern setzt mit einem optischen Bildstabilisator, einem kraftvollen 4x Zoom und nicht zuletzt der Renommier-Marke Leica noch einen drauf. Die Objektivqualität ist maßgeblich für eine hohe Bildqualität. Doch auch darüber hinaus muß auf dem Weg vom Licht zum Bild einfach alles stimmen. Die Lumix DMC-LX1

bringt alles mit, um diesen Prozeß mit Bravour und einem Minimum an Kompromissen zu meistern.“

EU-Eco-Label für Sharp LCD-TVs

Sowohl die PALoptimal-Fernseher der Sharp Aquos P55E-Serie als auch die HD-ready-Modelle der GA9E- und BV9E-Baureihe tragen ab sofort das Umweltzeichen der Europäischen Union.

Die EU Kommission zeichnet damit zum dritten Mal Sharp LCD-TVs für ihre Umweltfreundlichkeit aus und honoriert damit die konsequente Umweltstrategie des japanischen Technologie-Unternehmens. Zahlreiche Sharp Produkte tragen inzwischen nationale und internationale Umweltzeichen. 2005 wurden mit der Sharp SH1E-Serie erstmals Fernseher mit dem EU-Eco-Label ausgezeichnet. Das EU-Eco-Label der Europäischen Kommission zeichnet seit 1992

innovative Produkte und Dienstleistungen aus, die festgelegte Umweltkriterien erfüllen. Für die Prüfung werden alle Phasen von der Herstellung über die Nutzung bis hin zur Entsorgung zu Grunde gelegt. Das EU-Umweltzeichen soll dem verantwortungsvollen und umweltbewußt denkenden Verbraucher als Orientierung bei seiner Kaufentscheidung zugunsten umweltfreundlicher Produkte dienen. Bei den in Spanien hergestellten Sharp Aquos-Modellen würdigt die Kommission das Einhalten umfassender Umweltkriterien. So unter anderem den, gegenüber herkömmlichen Fernsehgeräten, besonders geringen Energieverbrauch im Standby und im Betrieb, das recyclingfreundliche Design und die Auswahl umweltschonender Materialien.

e/home und belectro setzen 2006 auf kompaktes Angebot

Die Messe Berlin baut das Fachprogramm des diesjährigen Messeverbands von e/home – Internationale Messe und Kongreß für vernetztes Wohnen – und belectro – Fachmesse für Elektrotechnik, Elektronik und Licht aus. Aus diesem Grund wurde die Laufzeit beider Veranstaltungen angepaßt.

Die e/home startet jetzt einen Tag früher, genau wie die belectro, am 18. Oktober und endet am 20. Oktober 2006. Premiere zur diesjährigen e/home hat das

eintägige Sonderpanel „Planen und Bauen“. Hier werden vor allem konkrete Praxis-Beispiele für vernetzte Lösungen in Wohnungen und Häusern dargestellt und diskutiert.

Zu den Themenbereichen gehört nicht nur die Entwicklung im nationalen und internationalen Wohnungsbau, auch hochwertige standardisierte Angebote (Fertig-Hausbau) und Individuallösungen stehen auf der Agenda. Parallel dazu erhalten interessierte Fachbesucher und Kongreß-Teilnehmer der e/home die Möglichkeit, sich auf der belectro über Produkte und praxisnahe Lösungen aus der Elektronik, Elektro-, Installations-, Gebäude- und Lichttechnik zu informieren. Konzeptionell folgt der Veranstaltungsverbund dabei dem Trend der ganzheitlichen Gebäude-technik.

Dr. Burkhard Bamberger verläßt die Loewe AG

Der Finanzvorstand der Loewe AG, Dr. Burkhard Bamberger, hat sich entschlossen, zum 1. Januar 2007 auf eigenen Wunsch das Unternehmen zu verlassen. Er wird in den Vorstand der Douglas Holding AG, Hagen, eintreten. Dr. Bamberger kam im Vorfeld des Börsenganges 1999 zur Loewe AG und ist dort u. a. verantwortlich für die Bereiche Finanz- und Rechnungswesen, Controlling sowie Personal- und Sozialwesen. „Dr. Bamberger hat die erfolgreiche Entwicklung von Loewe wesentlich mitgeprägt. Für dieses Engagement dankt ihm der Aufsichtsrat sehr“, betont Aufsichtsratsvorsitzender Professor Dr. Eberhard Scheffler. Seit Ende 2005 und besonders mit dem kräftigen Umsatz- und Ergebniswachstum im ersten Quartal 2006 befindet sich das Unternehmen wieder auf profitablen Wachstumskurs. Loewe wird eine lückenlose Nachfolge sicherstellen und in Kürze den Nachfolger benennen, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens.



25 Jahre Yamaha in Deutschland

Seit 1981 vertreibt die Yamaha Elektronik Europa GmbH in Rellingen anspruchsvolle Unterhaltungselektronik. Während der folgenden 25 Jahre wurde nicht nur der deutsche Vertrieb zu einer festen Größe im Unterhaltungselektronik-Markt, auch die Produkte schrieben die Firmengeschichte erfolgreich fort. „Natural Sound“ steht als Markenzeichen auf allen Audio-Geräten. Wie ernst es die Yamaha-Ingenieure mit diesem Anspruch meinen, bewiesen sie nicht zuletzt 1986 mit dem Digital Soundfield Processor DSP-1. Lange vor Erfindung der DVD verwandelte er Stereosignale in Mehrkanal-Raumklang. Zuhörer konnten ihrer Lieblingsmusik auf Wunsch in der Atmosphäre schummeriger Jazz-Clubs lauschen, in einer Sportarena oder vom besten Platz eines Opernhauses aus. Für diesen Kunstgriff vermaßen die Entwickler die Akustik zahlloser Räume in aller Welt und programmierten die Daten in einen Chip. „Ein Aufwand, der auch 20 Jahre danach noch einzigartig ist“, wie Pressesprecher Volker Düsing bemerkt. Der DSP-1 wurde zum Vorbild einer ganzen Industrie und seine Technologie zum festen Bestandteil jedes Yamaha AV-Receiver.

Die Erfahrungen mit digitaler Signalverarbeitung fließen seither in alle Produkte ein. Eine Technologie wie YST, die Yamaha-Subwoofern abgrundtiefe und präzise Bässe entlockt, zeugt ebenso vom akustischen Know-how wie der 2005 vorgestellte Sound-Projektor YSP-1. Die aktuellen Modelle YSP-800 und YSP-1000 zaubern durch Schallreflexion an den Wänden nicht nur realistischen Surround-Sound aus einem Lautsprecher, sie messen sich dabei auch noch automatisch auf die räumlichen Gegebenheiten ein. Alle wichtigen digitalen Prozessoren entwickelt und produziert Yamaha selbst. Sie werden in einer eigenen Fabrik auf minimales Rauschen, Zuverlässigkeit und geringen Stromverbrauch optimiert.

Damit diese Qualitätskette auf dem Weg zum Kunden nicht abreißt, setzt die Yamaha Elektronik Europa GmbH seit 25 Jahren auf ein selektives Vertriebskonzept: Beliefert wird nur der autorisierte Fachhandel. Aktuell hat die Yamaha Elektronik Europa GmbH ihren Fachhandelsvertriebsvertrag um ein Appendix B erweitert. Dies ist quasi eine weitere Stufe im selektiven Vertriebskonzept. Die im Appendix B aufgelisteten Modelle erfordern durch ihre überdurchschnittliche Wertigkeit und Komplexität einen aufwendigeren Service seitens des Händlers als reguläre Ware. Dementsprechend verfügen die für die Appendix B Ware autorisierten Händler über eine entsprechende Kompetenz in Bezug auf Produkterklärung, Vorführung und Präsentation.

Mit gutem Service und konsequenter Vermarktung erwarb sich das Unternehmen einen exzellenten Ruf, der längst über die Landesgrenzen hinausgeht: Von Rellingen aus betreut die Yamaha Elektronik Europa GmbH heute auch die Benelux-Staaten, Schweiz, Österreich, alle neuen EU-Länder, Rußland und die Türkei.

Belkin schafft Verbindung zwischen CE und IT

Wie für viele Hersteller von Unterhaltungselektronik- und IT-Produkten nimmt auch für Belkin die Konvergenz der Technologien eine immer bedeutendere Rolle ein.

Belkin verbindet zum Beispiel mobile Geräte wie den MP3-Player per FM-Transmitter mit dem Autoradio oder der Stereoanlage zu Hause. Das Unternehmen bietet außerdem PureAV Power-Konsolen an, die vom Design her genau zu den Home-Entertainment-Geräten passen und die teuren Anlagen vor Überspannung schützen. Auch hochwertige Kabel der PureAV-Serie für eben solche Geräte gehören zum Produktsortiment von Belkin und bringen IT und Unterhaltung zusammen.

„Im Zuge von sinkenden Margen für Hardware-Keyprodukte wird es für den Fachhändler immer wichtiger, Attach-Sales zur Margengenerierung zu bedenken. Belkin steht als Lösungsanbieter mit 16.000 Produkten aus einer Hand ganz oben auf der Herstellerliste und bietet Fachhändlern im Zubehörbereich eine mehr als doppelt so hohe Marge wie vergleichbare Hersteller an“, erklärt Lutz Müller, Geschäftsführer von Belkin Deutschland.

„Neben vielen zusätzlichen Leistungen, wie lebenslange Garantie auf fast alle Produkte, unterstützt Belkin den Fachhandel mit zahlreichen PoS-Materialien: Da gibt es Poster, Prospekte, Datenblätter und Kompatibilitätslisten, die Reseller zur Erläuterung der Belkin-Produkte erhalten. Mit Aufstellern für die Theke oder Freistehern zeigt Belkin, wie ein Regal im Handel aussehen könnte. Belkin erstellt auch ein elektronisches Planogram, um auszurechnen, wieviele und welche Produkte zum Beispiel auf einen Meter Regalwand passen. Weiter unterstützt das Unternehmen Händler bei regionalen Marketing-Aktivitäten“, so Müller.



„Belkin bietet dem Fachhandel überdurchschnittlich hohe Margen“, so Lutz Müller, Geschäftsführer von Belkin Deutschland.

SONY

BRAVIA



Aus Liebe zur Farbe – die neue BRAVIA S-Serie.

Wir haben die LCD-Fernseher der neuen BRAVIA S-Serie entwickelt, weil wir Farben lieben. Aus der Leidenschaft unserer Ingenieure, das perfekte High-Definition-Bild zu erschaffen, entstand Sonys überragende BRAVIA ENGINE-Technologie. Entdecken Sie noch schärfere Bilder, noch mehr Details und noch natürlichere Farben. like.no.other™

HD
ready

like.no.other™

'Sony' und 'BRAVIA' sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.

High End 2006 – besser als live?



Zum dritten Mal fand die Show der audiophilen Superlative in München statt. 12.000 Besucher kamen vom 25. bis 28. Mai ins M.O.C., um über 200 Aussteller mit ihren 600 Marken zu erleben. Denn die High End gilt als sinnliches Erlebnis der Extra-Klasse.

Das beste Bild. Der beste Ton. Besser als live. So lautete das Motto der nach dem Umzug von Frankfurt bereits dritten High End in München, zugleich der 25. Messetermin dieser Art überhaupt. Dem erstmaligen Besucher, sei er nun fachfremd oder Insider, wird schnell klar, warum es hier geht. Anders als etwa bei der IFA dreht sich auf einer High End alles beinahe ausschließlich um Eliten, um höchste Qualität vor allem der Ton-, aber auch der Bildwiedergabe.

Letztere spielt im Jahr der WM allerorts eine bedeutende Rolle, die aber in München im Vergleich zum Vorjahr etwas in den Hintergrund getreten ist. Es gibt weniger „Bild“ auf dieser Messe, dafür sind die Demonstrationen aber noch etwas besser und beein-

druckender geworden. Der allgemeine Trend der High End ist ganz offensichtlich, er geht retrospektiv in Richtung Zweikanal-HiFi. Wer hätte Ende der 90er gedacht, daß etwa die Vinyl-Schallplatte auch in nackten Zahlen heute deutlich lebendiger sein würde als DVD-Audio und SACD? Der Wechsel der IFA auf einen jährlichen Rhythmus hat die High End kaum tangieren können. Die Zahl der Aussteller wuchs im Gegenteil um 25 Prozent auf über 200 mit 600 vertretenen Marken bei unveränderter Ausstellungsfläche (14.000 Quadratmeter). Dadurch ging es vor allem am erstmals besucheroffenen Feiertag deutlich enger zu als im Vorjahr. Ein Viertel der Aussteller kommen aus dem Ausland.

Überlegene Konserve?

Das Hauptmotiv der PR-Kampagne rund um die Veranstaltung lautete, wie gesagt, „Besser als live.“ Das fand nicht nur der Gastredner Thomas Hintze, lange Jahre in Führungspositionen bei Pioneer tätig, in seinem launigen Rückblick auf 25 Jahre High End geradezu absurd. Da wir es stets mit bestmöglicher Reproduktion zu tun haben, ist ein Streben nach

Perfektion in Ordnung, mit der Konserve aber besser sein zu wollen, wird von vielen Außenstehenden als abgehoben und realitätsfremd eingestuft werden – auch wenn es natürlich möglich ist, im Einzelfall aufgrund

überlegener Tontechnik zu Hause mitunter differenzierter zu hören als im Konzertsaal. Auch ein perfektes Foto bleibt letztlich eine Abbildung. Es geht hier um unterschiedliche Erlebniswelten, mit Gemeinsamkeiten, aber eben auch Unterschieden. Unter diesem Aspekt ist der auch in München, namentlich bei Bösendorfer und Elac, wieder mögliche Vergleich zwischen Live und Aufzeichnung eine interessante Erfahrung.

High End ist Genuß, es ist Lebensqualität wie ein guter Wein oder ein perfektes Dinner. Klangqualität muß aber nicht unbedingt teuer sein. Wenn „Der Spiegel“ die Szene belächelt, so aus Unwissenheit. Wer sich intensiver damit beschäftigt, wird ungeachtet des Pharisäertums im Internet schnell süchtig werden und der Jagd nach den ergreifendsten, feinsten und naturgetreuesten Zwischentönen verfallen, und wenn er dafür Stecker umdrehen, seine Geräte auf spezielle Füße stellen, seine CDs reinigen oder gelegentlich Kontakte wintern muß. Immerhin sind über 12.000 Menschen, dieselbe Besucherzahl wie 2005, so fasziniert, daß sie aus dem In- und Ausland nach München eilen, um Plattenspieler oder Lautsprecher zu sehen, die sie sich leisten oder aber – im fünf- bis sechsstelligen Bereich – nur davon träumen können. Eine Netzleiste für 5.000 Euro, ein Kontaktwässerchen mit Gold- und Silberpartikeln für 130 oder ein Lautsprecherkabel für 10.000? Das gibt es hier neben bezahlbaren Pretiosen durchaus. Aber, Hand aufs Herz, warum gilt ein „High Ender“ als Spinner und der Käufer eines gleich teuren SLK oder der Besitzer teuerster Briefmarken nicht? Im Zweifel dürfte der Musikliebhaber mit Technik-Affinität dem aktiveren Hobby frönen.

HDTV: Das beste Bild

Zum High End-Ton paßt ein HDTV-Bild ganz wunderbar. Der Unterschied zwischen PAL und HDTV ist dem zwischen VHS-Video und DVD ähnlich, alles wirkt deutlich echter und plastischer, zum Greifen nah. Entsprechend beeindruckend waren die Demonstrationen bei Panasonic (auf LCD- und Plasma-Bildschirmen, etwa dem Bestseller TH-42PV60), Pioneer (bis hin zum Blu-Ray-gefütterten 1.920 x 1.080p-Plasma PDP-5000 sowie mit überragenden Lautsprechern namens EX) sowie bei Harman auf erstmals eigenen LCD-Geräten, die in den Größen 32 (DL 532, 4.000 Euro) über 40 (DL 540, 4.800 Euro) bis 46 Zoll (DL 546, 7.000 Euro) komplett als Sets mit Surround-System HKTS 11 und dem digitalen, HDMI-tauglichen DVD-A/V-Receiver HS-500 (5 x 65 Watt RMS an 6 Ohm) angeboten werden.

Eine USB-Schnittstelle stellt die Verbindung zu externen Festplatten her, ein DVB-T-Tuner wird im Display nachrüstbar sein. Der erste Eindruck des Komplettpakets war jedenfalls top.

Eine besonders beeindruckende Vorführung war bei Samsung zu erleben. Video-Guru Joe Kane, der an der Entwicklung maßgeblich beteiligt war, demonstrierte dort den Single-Chip DLP-Projektor SP-H710 anhand von HDTV-Material (Phantom der Oper) über ein nicht minder imponantes Revel-Lautsprecher-Set. Die Wahl dieser Lautsprecher war natürlich kein Zufall, denn den Vertrieb des die 5.000-Euro-Klasse aufmischenden Projektors wird Sun Audio übernehmen, wo man bereits für die edelsten Produkte des Harman-Konzerns (Mark Levinson, Revel, JBL Array/K2)



Cabasse Sphère zum Preis von 75.000 Euro

verantwortlich zeichnet und den ergänzenden Zugang auf der Bildseite zweifellos sehr begrüßt. Das erlebte Bild ist derart gut für diesen Preis, daß mancher Fachredakteur im Gang laut über eine Anschaffung nachdachte. Kein Wunder, daß dieses Gerät zur Farbreferenz bei der Fachzeitschrift „Audiovision“ avancierte. Vom Branchenriesen Sony war dagegen überraschenderweise so gut wie nichts zu sehen in München. Dort scheint man mit dem Umzug von Köln nach Berlin beschäftigt zu sein. Lediglich einzelne Manager wurden als Besucher gesichtet, eine kleine Anlage stand recht verloren in der Crescendo-Lounge. Von den japanischen Branchenriesen denkt jetzt auch Yamaha bereits intensiv über eine High End-Teilnahme im kommenden Jahr nach, wie zu hören war.

Der beste Ton: Röhre, Platte, Stereo?

Wieder einmal dominant erschien das Medium Schallplatte, das sich



Newcomer im LCD-TV-Segment, Harman Deutschland

– ohne leidigen Kopierschutz und mit praktisch unendlicher, in höchste Klangqualität umsetzbarer „Datenrate“ – nie ganz verabschiedet hat und jetzt, wo die Nachfolger der CD unübersehbar schwächeln, sogar wieder Boden gut macht. Und auch die Röhrentechnologie outet den guten Geschmack der High Ender. Von wegen alttümliche Geräte, denn auch diese Komponenten klingen mitunter einfach überirdisch – bei Preisen zwischen 300 und 300.000 Euro. Die teuersten Plattenspieler drehten sich wohl bei Transrotor mit dem Artus, einem hüfthohen, wahren Analog-Altar für 118.000 sowie dem bei WOD zu sehenden „Continuum“ für immerhin noch 90.000 Euro. Die Spitzenklasse erreicht man aber auch bereits mit einem traditionsbewußten Thorens TD 350, während das Spektrum einfacherer Dreher schon unter 300 Euro beginnt und bereits solide Grundbedürfnisse zufriedenstellen kann. Daneben gab es alles zu sehen, was ein Plattenfan braucht, vom Abtaster bis hin zu Flüssigkeiten für entsprechende Plattenwaschmaschinen. Und Platten selbst, natürlich. Zu finden im stets gut besuchten „Tonträgerdorf“. Wer lieber digitale Software genießt, braucht nicht zu zweifeln, denn auch er wurde seitens Hard- und Software allerbestens bedient. Praktisch alle Silberscheiben von CD bis DVD-Audio/Video und SACD, ob mit Film, Musik oder Fotos, zwei- oder mehrkanalig bespielt, vermag Pioneers DV-696AV wiederzugeben. Der „letzte“ Versuch vor einiger Zeit, mit einem solch günstigen Universalplayer die Billigflut von der Technikmarkt-Palette zu kontern, schlug derart ein, daß der Nachfolger nun für weniger Geld noch leistungsfähiger ist. 180 Euro für Markenqualität und volle Kompatibilität, da kann kein billiger Jakob mithalten.



Das dekorative KEF KHT-Set 3005

Das andere Ende der Fahnenstange markieren etwa Mark Levinsons No. 51 für CD und DVD-Video für über 20.000 Euro oder auch die Universal-Abspieler der britischen Edelmarken Linn und Naim.

Erfolgsrezept Fachhandelsorientierung

Der Fachhandel stand als umschmeichelter Vertriebskanal bei vielen Anbietern im Fokus des Interesses. So traten etwa die „Drei für den Fachhandel“, Sherwood, Monitor Audio und Meta-Vision, mit gemeinsamem Stand an. Sherwood beispielsweise, ein Hersteller, der hohe Qualität mit Preiswürdigkeit vereint und tatsächlich inkognito seit Jahren schon für viele Premiummarken fertigt, zeigte neben einem HDMI-Verteiler eine A/V-Verstärkerkombination (Prozessor und Mehrkanalendstufe) der Topklasse für 3.500 Euro, kündigte aber ebenso zwei brandneue Stereo-Geräte im edelsten Finish um je 400 Euro an. Das sollte sich der eine oder andere Einzelhändler einmal ansehen, wenn er abseits des Main-



Luxman ist wieder da, bei TCG

streams der großen Platzhirsche Marge mit attraktivem Produktportfolio machen will. Die schleswig-holsteinische Firma Phonar, ebenfalls als besonders fachhandelstreu bekannt, verbucht seit 2005 durch den Vertrieb der amerikanischen Music Hall-Elektronik große Erfolge, die die eigenen Fertigungsaktivitäten wohlthuend flankieren. Nach dem Einstieg in das High End-Segment mit der Credo-Reihe folgt dort nun die hervorragend klingende Veritas-Lautsprecherreihe für die audiophilen Ein- und Aufsteiger. Und da wir gerade bei Lautsprechern sind: Für gehörige Verblüffung sorgte Quadral. Die Hannoveraner zeigten erstmals ihr neues Topmodell Aurum Titan. Und das sieht ein Vierteljahrhundert nach dem ersten Modell dieses Namens erstmals völlig anders aus als gewohnt. Mit Druckkammersystem im Baß, einer Spezialität des Chefentwicklers Berndt Stark, und Magnetostat im Hochtonbereich ausgestattet, konnten die Zuhörer dem 12.000-Euro-Titanen lauschen.

Natürlich gibt es Aurum-Technologie auch etwas günstiger, etwa in Form der Aurum 970 (Paarpreis 2.500 Euro). Und gemeinsam mit dem Kabelhersteller Real Cable möchte Quadral dem Handel eine attraktive Zusammenarbeit anbieten.



Michael Block freut sich riesig über die Auszeichnung: High End Award für das beste Preis-/Leistungsverhältnis im Home Cinema Bereich.

Bei Cabasse gab es mit „Sphère“ ein Vier-Wege-Lautsprechersystem zu bestaunen, das konzentrisch als Punktstrahler aufgebaut ist, somit wie ein riesiges Auge aussieht und 75.000 Euro kostet. Nach Denon und Marantz, selbständig operierende Geschwister, die schon länger erfolgreich zweigleisig fahren, sowie Harman/Kardon mit der 970-Reihe schwenkt nun auch Pioneer nach fast ausschließlicher A/V-Orientierung zurück auf die klassische Zweikanal-Erfolgsstraße, in Kürze kommen Player und Vollverstärker für je 600 und 1.000, danach je 2.500 Euro.

Panasonic dagegen baut bislang auf den A/V-Receiver SA-XR 55, der im Zweikanalbetrieb mehrere Endstufen zum Bi-Amping (Dual-Amp) zusammenfaßt, um besseren Klang zu generieren. Und



T+A Röhrenvorstufe P10

es funktioniert so gut, daß diesem Konzept mittlerweile andere nacheifern. Dennoch tauchte wiederum die HiFi-Marke Technics des Konzerns – eigentlich heißt beinahe nur noch der bekannte DJ-Plattenspieler so – im High End-Katalog, wenn auch nicht in der Vorführung, auf. Das könnte doch etwas zu bedeuten haben? Wird auch hier wieder etwas nachfrageinduziert Auferstehung feiern?

Es scheint so, als habe der Verbraucher nach Ausflügen zum Film auch mal wieder mächtig Lust, auf die althergebrachte Art – und in womöglich, ja fürs selbe

Geld sogar zweifellos höherer Qualität – Musik zu genießen. Mit seinen beiden Ohren aus ebenso vielen Lautsprechern. Dennoch sei hier als Beispiel für ein herausragendes A/V-Produkt auf das KEF KHT 3005-Mehrkanal-Set hingewiesen, das aus winzigen, sehr dekorativ in Schwarz oder Silber erhältlichen, eiförmigen Schallwandlern plus Subwoofer besteht und umwerfend gut tönt, viel größer und teurer, als es tatsächlich ist. Denn es kostet nur um 1.500 Euro und schreibt die Erfolgsgeschichte des Vorgängers KHT 2005 fort.

Daß diese Messe in Sachen Besucherzahl eine Punktlandung erreichte und beinahe exakt die des Vorjahres bestätigen konnte, ist als Ergebnis ein zweischneid-



Eine besonders beeindruckende Vorführung war bei Samsung zu erleben: Video-Guru Joe Kane demonstrierte dort den Single-Chip DLP-Projektor SP-H710.

ges Schwert. Zwar liegt das Interesse mit rund 12.000 Besuchern deutlich über den zuletzt (2003) erreichten Zahlen im Kempinski Gravenbruch bei Frankfurt, doch sollte man sich fragen, wie man aus dieser offenbar trotz massiven Werbeaufwandes unelastischen Nische herauskommt.

Neue Impulse

Zwar waren an vielen Stellen auch Einbindungen der in dieser Szene noch vor kurzem verpönten, außerhalb aber zum erfolgreichsten Produkt überhaupt gereiften MP3-Player à la iPod zu sehen, von der Anschlußkonsole für Denon- oder Pioneer-A/V-Receiver bis hin zur „high-endig“ angehauchten Docking Station mit Röhrentechnologie. Zudem unglaublich leistungsfähige Medienserver, etwa bei Kaleidescape, und Hausvernetzung, beispielsweise bei Cambridge Audio.

Aber draußen, selbst in München, weiß das leider niemand. Es hätte zweifellos mehr Leute interessiert, als letztlich kamen. Dasselbe gilt für die Berliner Firma Lextronix, die interessante und günstige Radios anbietet. Zum einen edel anmutende Tischradios „Sound Radio 100“ für 160 Euro, die womöglich dem Riesenerfolg des „Tivoli“ nacheifern, zum anderen aber auch hochgradig innovative Kreationen wie etwa die vom amerikanischen Roten Kreuz eingesetzten „Notfallradios“ mit Kurbel zur batterielosen Stromerzeugung, Taschenlampe und Sirene, ja sogar einer Buchse, um via Kurbel oder Radioakku sein Handy aufzuladen! Das sind witzige und pfliffige, aber auch brauchbare Produkte, die der Handel benötigt, weil sie Bedürfnisse wecken, die zum Bedarf werden und dann Impulskäufe auslösen. Ein solches Radio, das zu Hause,

Loewe als ein „Ort im Land der Ideen“

Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Fernsehens

Im Rahmen der Initiative „365 Orte im Land der Ideen“ wird im Jahr der Fußball-Weltmeisterschaft unter der Schirmherrschaft des Bundespräsidenten an jedem Tag des Jahres ein bedeutender Ort in Deutschland vorgestellt. Am 3. Juni 2006 stand Kronach, der Sitz der Loewe AG, im Mittelpunkt der Initiative. Es wurde ein Einblick in Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft des Fernsehens geboten.

Vor genau 75 Jahren – im Jahre 1931 – hatte Firmengründer Dr. Siegmund Loewe zusammen mit dem Erfinder und Forscher Manfred von Ardenne auf der Großen Funkausstellung in Berlin das weltweit erste Fernsehgerät mit Elektronenstrahlröhre, der sogenannten Braunschen Röhre, vorgestellt. Diese Erfindung hat es Loewe ermöglicht, bei der Entwicklung von Fernsehgeräten eine führende Rolle einzunehmen. Weitere Loewe Meilensteine sollten in den nächsten Jahrzehnten folgen. Im Jahr 1951 rüstet Loewe das erste Heim-Tonbandgerät „Optaphon“ mit einer Tonbandkassette aus. Auf der Internationalen Funkausstellung im Jahre 1961 in Berlin wird mit dem „Optocard 500“ das erste in Deutschland entwickelte Bild-

aufzeichnungsgerät vorgestellt. Anfang der 80er Jahre bringt Loewe den ersten Stereo-Fernseher auf den europäischen Markt. Mit dem „Art1“ wird 1985 eine neue design- und technikorientierte Fernsehgeneration kreiert. In den 90er Jahren präsentiert das Unternehmen den ersten voll digitalen Fernseher mit 100-Hertz-Technologie. Mit dem Xelos@media stellt Loewe 1997 die gelungene Kombination von Fernsehen und Internet vor. 1998 kommt mit dem Spheros von Loewe einer der ersten superflachen Plasma-TVs auf den Markt, im Jahr 2000 folgt einer der weltweit ersten kleinformatigen LCD-TVs.

Für individuelle Ansprüche

Zu der aktuell erfolgreichsten Produktfamilie aus dem Hause Loewe zählen die neuen Geräte der Serie Loewe Individual. Bei den Modellen handelt es sich um individuell konfigurierbare Fernsehgeräte mit integriertem Festplattenrecorder für unkompliziertes Aufzeichnen und zeitversetztes Fernsehen. Wie alle neuen Loewe-Flat-TVs ist die Individual-Serie auf das digitale, hochauflösende Fernsehen vorbereitet.

„Auch künftig wird Loewe seine Produkt- und Markenoffensive mit innovativen, hochwertigen Flachdisplay-Geräten fortsetzen“,



Am 3. Juni 2006 stand Kronach, der Sitz der Firma Loewe, im Mittelpunkt der Initiative „365 Orte im Land der Ideen“. Neben einem chronologischen Rückblick auf die Unternehmensgeschichte der Firma Loewe ging es in einer hochkarätig besetzten Podiumsdiskussion um Zukunftsfragen zum Thema Fernsehen.

betont Dr. Rainer Hecker, Vorstand der Loewe AG. So wird aktuell ein Lautsprechersystem in den Markt eingeführt, das die Individual Serie zur großen Heimkinoanlage erweitert. Zudem wird die Individual Linie durch zwei großformatige LCD-TVs mit Bildschirmdiagonalen von 40 und 46 Zoll ergänzt. Auf der diesjährigen IFA wird dann noch mehr Individualität vorgestellt. Es kommen neue großformatige Displays mit persönlich konfigurierbarem Lautsprechersystem und serienmäßig integriertem Empfang für hochauflösendes Fernsehen (HDTV). „Loewe Individual verkörpert idealtypisch den Charakter und die Markeneigenschaften der Premiummarke Loewe, dabei zählen Attribute wie innovative Technik, ausgezeichnetes Design und höchste Qualität. Dabei führen wir die Individualisierung als weitere Dimension hinzu“, so Dr. Hecker. „Loewe hat sich durch ein wertorientiertes Vermarktungskonzept höher positioniert und ein eigenes Markensegment geschaffen. Wir sehen darin beste Chancen, weitere Absatz- und Umsatzpotentiale zu erschließen, damit sich die aktuelle Aufwärtsbewegung bei Loewe nachhaltig fortsetzt“.

Auch an der Zukunft wird bei Loewe schon fleißig gearbeitet. Das Unternehmen befaßt sich derzeit intensiv mit Entwicklungen rund um das Thema Digital-TV, zu den Themenschwerpunkten zählen HDTV, IP-TV und Tripple Play

Anwendungen. Durch die zunehmende Digitalisierung findet das Zusammenwachsen der Technologien nicht nur bei Produkten der Consumer Electronics statt, sondern auch bei Inhalten und Netzen.

Auf der Loewe Veranstaltung zur Initiative „365 Orte im Land der Ideen“ wurden im Rahmen einer Podiumsdiskussion verschiedene Fragen diskutiert wie unter ande-

rem: Kommt es durch die Digitalisierung demnächst zu einer Grundverschlüsselung der bisher frei empfangbaren Fernsehprogramme? Oder: Wann werden wir in Europa flächendeckend eine Vielzahl von HDTV-Programmen empfangen können?

Die Diskussion wurde von TV-Moderatorin Ursula Heller vom Bayerischen Rundfunk geleitet.

miz

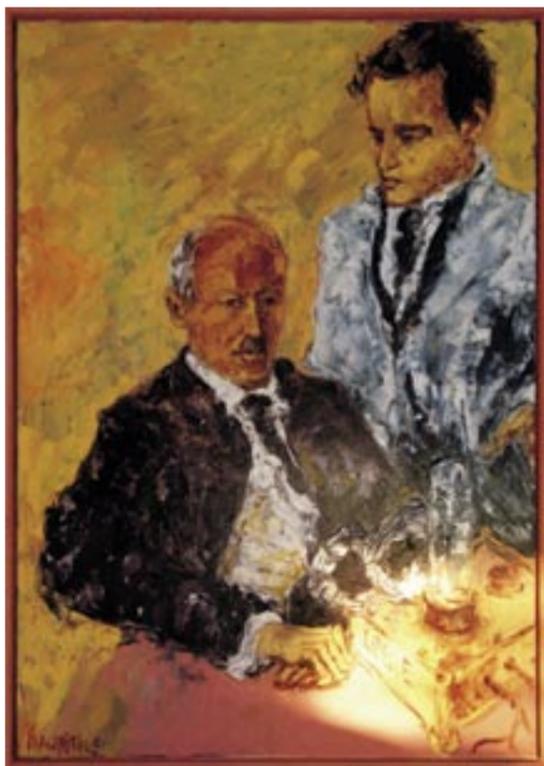
Bayerischer Innovationspreis für Loewe

Loewe wurde mit einer Anerkennung im Rahmen des Bayerischen Innovationspreises 2006 ausgezeichnet. Der Bayerische Wirtschaftsminister Erwin Huber würdigte damit die Entwicklung des neuen Fernsehgerätes Loewe Individual, das als einziges am Markt in Technik und Design umfassend nach individuellen Vorgaben zusammengestellt werden kann. Loewe habe damit Maßstäbe für diese Branche gesetzt und darüber hinaus neue Arbeitsplätze in Bayern geschaffen. Das TV-Gerät kann nicht nur Fernsehprogramme über alle Netze – ob analog oder digital – empfangen, sondern wird im Herbst auch als

eines der ersten am Markt mit integriertem Empfänger für hochauflösendes Fernsehen (HDTV) erhältlich sein. Loewe Technikvorstand Gerhard Schaas nahm die Anerkennungsurkunde in Empfang. Mit diesem Preis weist die Bayerische Staatsregierung auf herausragende Leistungen hin und will das Bewußtsein dafür schärfen, daß nur durch Innovation und Kreativität der hohe wirtschaftliche, soziale und ökologische Standard in Bayern gehalten werden kann.



Der Bayerische Wirtschaftsminister Erwin Huber übergab die Anerkennungsurkunde an Loewe Technikvorstand Gerhard Schaas.



Die Erfinder des elektronischen Fernsehens, Siegmund Loewe und Manfred von Ardenne, als Porträtzeichnung des Künstlers Norbert Maurittius.

POs Neuheiten

Samsung Notebooks mit Flashspeicher als Festplatte



Samsung hat in Korea zwei Notebooks auf den Markt gebracht, die statt einer Festplatte Flashspeicher verwenden. Der Ultra-Portable Q1-SSD und das Subnotebook Q30-SSD sind jeweils mit einer neu entwickelten, 32 GB großen, auf Flashspeicher basierenden „Solide State Disk“ (SSD) ausgestattet. Laut Angaben von Samsung können die mit Flashspeicher bestückten Solide State Disks mit 53 MByte/s um bis zu 300 Prozent schneller gelesen und mit 28 MByte/s bis zu 150 Prozent schneller beschrieben werden als herkömmliche, magnetisch aufzeichnende Festplatten. Besonders die Zugriffszeit auf gespeicherte Daten ist bei Solide State Disks um ein vielfaches geringer als bei Magnetplatten, weil keine Schreib- und Leseköpfe ständig neu positioniert werden müssen. SSDs sind außerdem unempfindlich gegen Erschütterungen. Der Start des Betriebssystems, das „Booten“, erfolgt bei mit SSDs bestückten Notebooks in wesentlich geringerer Zeit als das Booten von einer Festplatte: Windows soll dadurch um bis zu 50 Prozent schneller starten als bisher. Laut Samsung sind Flash-basierte Notebooks leichter und entwickeln wesentlich weniger Betriebsgeräusche, weil Solide State Disks keinerlei bewegte Teile besitzen. Das Q1-SSD kostet in Korea (umgerechnet) etwa 1.900 Euro, der Preis für das Q30-SSD liegt bei 2.900 Euro. Wann die SSD-Modelle in Europa auf den Markt kommen, ist noch nicht bekannt. Es ist zu vermuten, daß Samsung als ein führender Hersteller von Speicher-Bausteinen die „Solide State Disk“-Option nach und nach bei weiteren Modellen seiner Notebook-Palette anbieten wird.

Steuersparer-Fahrtenbuch von Data Becker



Mit den Slogans: „Grünes Licht für automobile Steuersparer!“ und „Der Fiskus fährt mit – kein Problem!“ bewirbt der Software-Hersteller Data Becker seine neue Software „Fahrtenbuch“. Jeder, der einen Firmenwagen privat nutzt oder einen Privatwagen für geschäftliche Fahrten einsetzt, kann sich durch die Aufzeichnung und Auswertung seiner Fahrten im elektronischen Fahrtenbuch beachtliche Steuervorteile verschaffen. Das Data Becker Fahrtenbuch für PC entspricht voll den aktuellen gesetzlichen Anforderungen und erleichtert die Buchführung durch die bequeme Übernahme von wiederkehrenden Strecken, Fahrzeugen und Fahrzeugführern. Die pauschale Besteuerung der privaten Nutzung

betrieblicher Kraftfahrzeuge schafft einen Sachverhalt, bei dem die Führung eines Fahrtenbuchs in vielen Fällen bares Geld spart. Mit dem Fahrtenbuch für PC lassen sich mit wenigen Klicks änderungssicher die Fahrten und Kosten einer unbegrenzten Anzahl von Fahrzeugen nach Streck-



kenlänge und Anlaß erfassen. Die anteiligen Kosten privater und geschäftlicher Fahrten werden automatisch und mit Errechnung des Vorsteuerabzugs ermittelt. Praktisch per Knopfdruck kann man sich jederzeit durch druckbare Berichte und übersichtliche Auswertungen den Überblick darüber verschaffen, wann und wo man unterwegs war. Eine in die Software integrierte Steuer-Vergleichsrechnung zeigt auf, ob man eventuell mit der Pauschal-Besteuerung günstiger fährt. Abgerundet wird das elektronische Fahrtenbuch durch automatische Verbrauchsberechnung und eine praktische Erinnerungsfunktion für fällige Ölwechsel, Inspektionen, TÜV-Termine, etc. Das elektronische Data Becker Fahrtenbuch für PC ist zum UVP von 19,95 EUR verfügbar. (ISBN 3815882400).

Samsung: Perpendicular Notebook-Festplatten von 80 GB bis 160 GB



Ab Anfang Juli verkauft Samsung Notebook-Festplatten, die mittels Perpendicular-Technologie aufzeichnen. Die neuen 2,5 Zoll Samsung Perpendicular Harddisks der M80-Serie werden mit Kapazitätsgrößen von 80 GB bis 160 GB angeboten und arbeiten mit 5.400 Umdrehungen/Minute. Der Verkaufspreis der 160 GB Perpendicular Festplatte liegt nach Angaben von Samsung bei 209 Euro für die IDE-Ausführung (Parallel-ATA) und 219 Euro für die SATA-Version. Auch Fujitsu hat inzwischen auf Perpendicular-Technologie basierende Notebook-Festplatten angekündigt, bisher aber weder Verkaufspreise noch Verfügbarkeits-Termine bekanntgegeben. Toshiba will ab August eine 200 GB fassende 2,5-Zoll Perpendicular-HD mit Serial-ATA ausliefern. Die Perpendicular-Recording-Technologie ermöglicht magnetische Datenaufzeichnung mit höherer Informationsdichte als das bei dem bisher verwendeten Longitudinal-Recording möglich ist. Beim Perpendicular Recording liegen die magnetischen Momente, die zusammen mit einem logischen Schreibverfahren wie PRML ein logisches Bit repräsentieren, nicht auf konzentrischen Kreisen parallel zur Rotationsrichtung des Datenträgers, sondern stehen senkrecht auf diesen. Das erlaubt wesentlich höhere Datendichten. Mit Perpendicular-Aufzeichnungstechnik läßt sich die Speicherkapazität bei gleicher Flächengröße um das bis zu Zehnfache steigern. Die deutlich größere Datendichte führt zu

Samsung Player YP-T7F speichert Radiomusik als MP3



Der Multimedia-Player Samsung YP-T7F konvertiert die von einem integrierten RDS-fähigen FM-Tuner empfangenen Audiotitel auf Knopfdruck in Musikdateien im MP3-Format und integriert sie in Playlisten. Das äußerst kompakte Gerät in hochwertigem Metall-Silber-Design verfügt über 1 GB Speicherkapazität und besitzt eine USB-2.0-Schnittstelle. Unterstützt werden die Audioformate MP3, WMA, WAV und OGG sowie das Videoformat MPEG4. Auch die Funktionen DRM (Digital Rights Management) und Line-In-Recordings stehen zur Verfügung. Das ermöglicht die unkomplizierte Nutzung von Musikbörsen und sorgt für schnelle Downloads. Das Gerät bietet außerdem eine programmierbare Weckfunktion und die Möglichkeit zur Sprachaufzeichnung. Die Lithium-Polymer-Akkus des YP-T7F reichen mit einer Akkuladung für bis zu zehn Stunden Spielzeit. Der YP-T7F überzeugt laut Hersteller mit seinem hervorragenden Klang und der hohen Bildqualität des 1,3 Zoll großen TFT/LC-Displays mit 260.000 Farben. Darstellbar sind Fotos und Videos in den Formaten JPEG und MPEG4, aber auch Textdateien im Word- oder Excel-Format. Der Multimediaplayer ist 37 x 63 x 15 mm groß. Er wird beim Anschluß an einen PC als Wechseldatenträger erkannt und ist kompatibel zu den Betriebssystemen Windows 98/2000/XP. Bei der Sprachaufzeichnung über das eingebaute Mikrofon werden aufgenommene Notizen und Mitteilungen als MP3-Dateien codiert und lassen sich bei Bedarf bequem als E-Mail verschicken. Der Samsung YP-T7F ist zum UVP von 249 Euro erhältlich.



2,5-Zoll Perpendicular HD Hitachi 5K160



Mit der Auslieferung der Travelstar 5K160 ab dem dritten Quartal beginnt bei Hitachi Global Storage das „Perpendicular Recording Zeitalter“, so der Hersteller in einer Pressemitteilung zur Präsentation seiner neuesten HDD-Generation der Notebooks. Bei der neuen 2,5“ Travelstar 5K160 mit Perpendicular-Aufzeichnungsverfahren erreicht Hitachi eine Datendichte von 131,5 Gbit pro Quadratzoll. Pro Aufzeichnungsplatte (Platter) können rund 80 GB gespeichert werden. Das Top-Modell der 5K160 Serie hat



eine Kapazität von 160 GB, dreht mit 5.400 U/Min, verfügt über 8 MB Cache und wird wahlweise mit Parallel-ATA UDMA100 oder Serial-ATA Interface erhältlich sein. Für Perpendicular Recording sind neue kleinere und komplexer aufgebaute Festplattenköpfe erforderlich (heads). Hitachi verwendet zu deren Herstellung statt der bisher gebräuchlichen Platin-Mangan-Legierung eine Iridium-Mangan-Chrom Kombination, mit einer zusätzlichen, dünnen Schicht Ruthenium zur Stabilisierung des Lesesensors. Damit erreicht Hitachi laut eigenen Aussagen höchste Widerstandsfähigkeit gegen mechanischen Verschleiß und äußere Einflüsse. Dies macht die neuen Köpfe, nach Aussage von Hitachi, zu den weltweit zuverlässigsten und magnetisch-stabilsten Festplatten-Köpfen. Seine neue Travelstar 5K160 bewirbt Hitachi als „Super-Pendicular Hard Drive“ oder „drive of steel“, weil die neuen Kopftechnologien neben höchster Zuverlässigkeit auch für Langlebigkeit sorgen. Gegenüber der Vorgänger-Serie 5K100 konnte die Leistungsaufnahme der Travelstar 5K160 geringfügig gesenkt und die Stoßunempfindlichkeit erhöht werden. In der zweiten Jahreshälfte will Hitachi das Perpendicular-Verfahren auch bei seinen 1,8 Zoll Festplatten zum Einsatz bringen.

höheren Lese- und Schreib-Geschwindigkeiten, weil die Magnet-Köpfe bei gleicher Drehzahl mehr Daten pro Umdrehung auslesen und schreiben und die Datenrate ansteigt.

Magix Webradio deluxe 2: Hitrekorder fürs Internet



Die neuesten Hits aus dem Internet kostenlos und legal auf den Rechner bringen, anhören und auf Wunsch automatisch aufzeichnen: Dies kann das neue Magix Webradio deluxe 2, der nochmals verbesserte internetbasierte Welt-



Empfänger. Mit mehr als 3.000 Internetradio-Sendern unterschiedlichster Geschmacksrichtungen ist die Auswahl im wahrsten Sinn des Wortes grenzenlos. Gewünschte Radio-Programme werden automatisch aufgenommen und noch

komfortabler in einzelne Titel zerschnitten auf der Festplatte archiviert. Es können gleichzeitig parallele Aufnahmen mehrerer unterschiedlicher Sender erfolgen und durch Timeshift-Modus jederzeit unterbrochen und zu einem späteren Zeitpunkt fortgesetzt werden. Magix AudioID findet während der laufenden Sendungen die entsprechenden Titelinformationen zu jedem Song, mit denen die Aufnahmen des Sender-Streamings automatisch in einzelne Titel geschnitten werden können. Werbung und Moderation lassen sich schnell entfernen. Magix ProAudio Sound und 32-Bit-Technologie sorgen für hörbar besseren Klang. Magix Webradio deluxe 2 ist zum UVP von 19,99 EUR erhältlich.

Pioneer verkauft erstes Blu-Ray-Brenner Laufwerk



Pioneer liefert in Europa bereits Blu-ray Brenner Laufwerke an OEM-Kunden aus. Pioneer gehört somit zu den ersten Anbietern von Laufwerken, die das neue, hochauflösende DVD-Format beschreiben und lesen können. Das Pioneer Blu-ray Einbaulaufwerk BDR-101A unterstützt sowohl mehrfach wie auch einfach beschreibbare Rohlinge. Als maximale Blu-ray Schreibgeschwindigkeit wird zweifache Geschwindigkeit (72 Mbps) genannt. Die Speicherkapazität einer einlagigen Blu-ray Disk beträgt 25 GByte. Unterstützt wird auch das Beschreiben und Lesen von normalen DVD-Medien.

www.photokina.de

Absolute Bildkompetenz
+ Unübertroffene Internationalität
+ Klare Handelsorientierung
= photokina 2006

Zeit sparen, Geld sparen!
 Online registrieren
 und Karten kaufen unter
www.photokina.de

photokina
 world of imaging

Köln, 26. September – 1. Oktober 2006

Diese Rechnung geht auf. Und das ist wichtig für Ihren Verkaufserfolg. Denn nur auf der photokina sehen Sie alle Neuheiten aus der Welt des Imaging: von der Aufnahme, Speicherung, Bearbeitung, Übertragung bis zur Wiedergabe von Bildern. Treffen Sie hier die richtigen Entscheidungen für Ihre Sortimentsplanung – damit Sie Ihren Kunden das bieten können, was sie von Ihnen erwarten. Herzlich Willkommen zu Ihrem Messe-Highlight im Herbst!

Koelnmesse GmbH
 Messeplatz 1, 50679 Köln
 Tel. +49 180 510 310 1
 (0,12 EUR/Minute aus dem deutschen Festnetz)
 Fax +49 221 821 99 1270
photokina@visitor.koelnmesse.de

koelnmesse
 we energize your business

100 qualifizierte Partner in Handel und Handwerk SHARPS AQUOS-SERVICE-KONZEPT

Knapp eineinhalb Jahre nach Start des Sharp Aquos LCD-TV Service-Konzeptes ist eines der formulierten Sharp Ziele erreicht: Rund 100 Partner-Betriebe in Handwerk und Handel haben sich bereits qualifiziert, für Sharp-Fernseher neben Beratung und Installation weitere Service-Leistungen und Reparaturen zu erbringen. Weitere 100 sind bis Ende 2006 geplant.

Die boomende Entwicklung des LCD-TV-Marktes macht neue Service-Strukturen notwendig. Der LCD-Fernseher entwickelt sich vom Luxusgut zum Massenprodukt. Die steigende Anzahl verkaufter LCD-TVs erfordert nach Ansicht von Sharp eine mehr dezentral organisierte Service-Logistik: von einer zentralen Reparaturlösung hin zu einer qualifizierten Reparatur und einem adäquaten Vor-Ort-Support beim Kunden durch Service-Betriebe. Mit der Einbindung des qualifizierten Handwerks und Fachhandelspartnern mit eigenem Reparaturbetrieb erreicht Sharp neben der zunehmenden Dezentralisierung und den damit verbundenen logistischen und zeitlichen Vorteilen vor allem einen Mehrwert für die zertifizierten Sharp Partner vor Ort. Neben der Kundenbindung durch direkten Kontakt zum

Endkunden und auch nach dem Verkauf der Geräte besteht somit die Möglichkeit, die Wertschöpfungskette zu erweitern. Voraussetzung ist die Unterteilung der Service-Fälle in verschiedene Ebenen. Von der Beratung und dem Support im Service Level 1 über die Reparatur bekannter Fehler und einer Basis-Fehlersuche in der Stufe 2 hin zu Reparaturen unbekannter und neuer Fehler in einem zentralen Reparaturbetrieb des dritten Levels, reicht die Palette der Möglichkeiten. Lediglich die Reparatur des Herzstücks eines LCD-TVs, des Flüssigkristall-Displays ist Sharp selbst vorbehalten. Besonders das Service Level 2 ist für das Handwerk interessant. Abzulesen auch an der noch im laufenden Jahr mit 200 geplanten Betrieben mehr als verdreifachten Zahl der Service-Partner im Vergleich zu 2005. Auch

die Anzahl der im Service Level 3 arbeitenden Betriebe wurde seit 2004 auf nunmehr fünf Partner in Deutschland und Österreich ausgebaut. Bis Ende 2006 soll deren Zahl nochmals um drei auf acht aufgestockt werden. Die Autorisierung für die zweite Stufe steht dabei jedem Betrieb offen. Voraussetzungen sind lediglich eine eigene, qualifiziert ausgerüstete Werkstatt, der eigene Vertrieb der



Nach einer entsprechenden Qualifizierung und der Erfüllung der vorausgesetzten Kriterien, erhält der Fachhändler einen Zugang zu allen notwendigen Reparaturinformationen im InfoTip-System. Als zusätzliches Tool steht allen Sharp Partnern unter www.sharp-e-service.com das E-Portal unter anderem mit Infos über Serviceabläufe und Retourenabwicklungen zur Verfügung.



Reparaturinformationen für den Level 2 im Info Tip-System. InfoTip ist eine Internet-Informationsplattform mit Reparaturinformationen zu Geräten aller namhaften Hersteller. Als zusätzliches Service-Tool steht allen Sharp-Partnern unter www.sharp-e-service.com das E-Service-Portal unter anderem mit landesspezifischen Informationen über administrative Serviceabläufe zur Verfügung. *miz*

Sharp Aquos LCD-TVs und die Teilnahme an einer zweitägigen Sharp Basis-Schulung zu LCD-Grundlagen, Schaltungstechniken, erweiterter Fehlersuche, zu neuen Modellen und

Software-Updates. Nach einer entsprechenden Qualifizierung und der Erfüllung der vorausgesetzten Kriterien, erhält der Fachhändler einen Zugang zu allen notwendigen

„King Kong“ im Juli auf PREMIERE DIREKT gegen Gebühr



**12 Monate PREMIERE START
inklusive
1 Monat PREMIERE KOMPLETT
für € 34,90***

Der Juli wird riesig – mit King Kong!

PREMIERE KOMPLETT beinhaltet 27 TV-Kanäle, ein Sportportal mit bis zu 15 weiteren Sportkanälen und 21 Audioprogramme, rund 300 Filme als deutsche TV-Premieren pro Jahr, nationalen und internationalen Spitzensport live, rund um die Uhr beste Unterhaltung für die ganze Familie und die 14-tägliche Programmzeitschrift TV DIGITAL.



©2005 Universal Studios
*Angebot beinhaltet keinen Digital-Receiver. Dieser Abschluss beinhaltet eine Laufzeit von 12 Monaten PREMIERE START inkl. 1 Monat PREMIERE KOMPLETT. Ab dem 2. Monat zusätzlich € 42,90 monatlich, wenn PREMIERE KOMPLETT nicht innerhalb des ersten Monats gekündigt wird. Bestellungen PREMIERE DIREKT sind aus jedem PREMIERE Paket möglich. Änderungen vorbehalten.

JVC LT-37M60: Super Deluxe LCD-TV

mit Clear Motion Drive, Multi Memory Slot und HDMI

Mit dem 94 cm LCD-TV-Gerät DynaPix LT-37M60 hat JVC einen großformatigen, mit modernsten Technologien bestückten Flachbild-TV entwickelt, der sowohl für die Darstellung heutiger Fernsehprogramme und Video-Standards wie für das High Definition TV der Zukunft (HDTV) optimal ausgestattet ist. Der hochauflösende HD ready TV DynaPix LT-37M60 ist mit einem 37 Zoll großen W-XGA LCD-Panel bestückt. Mit seiner Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten ist er voll kompatibel zu den HDTV-Formaten 720p und 1080i.

Die über den HDMI- oder Video-Eingang eingespeisten oder von dem integrierten Tuner empfangenen Videosignale werden durch zahlreiche, sorgfältig abgestufte elektronische Optimierungsprozesse konditioniert. Die exzellente Bildqualität wird durch gleichwertige Audiosignale ergänzt, die durch 3D, BBE Sound und Active Hyper Bass auf ein höheres Qualitätsniveau angehoben werden. Ein herausragendes, besonderes Ausstattungsmerkmal ist der universelle, integrierte MultiMemory Card Slot des LT-37M60 für SD- und XD-Flash Memory Cards, Memory Stick, Compact Flash und Microdrive Speichermedien. Auf den Datenträgern gespeicherte JPEG-Bilder oder MPEG-2-Videos lassen sich ohne die Zwischenschaltung eines PCs oder eines

anderen Geräts direkt auf dem LCD-Fernseher betrachten.

Dynamisches Bild- und Farbmanagement-System

Der JVC DynaPix LT-37M60 überzeugt schon rein äußerlich durch sein leicht und schwebend anmutendes Slim-Line-Design, besonders aber durch die überragende Bildqualität seines 94-cm-Panels mit brillanter Detailschärfe, naturgetreuen Farben und flimmerfreien Bildern, bei denen praktisch keine Zeilenstruktur zu erkennen ist. Die Schlüsselfunktion der D.I.S.T.-Technologie (Digital Image Scaling Technology) besteht aus der I-P-Konvertierung, die Eingangssignale in Progressive-Signale umwandelt und sie dann bis zur vollen HD-Auflösung perfekt an das Display anpaßt. Das Dynamische Bild- und Farb-Manage-

ment-System bewirkt zusammen mit der Dynamischen Schwarzpegel- und Gamma-Steuerung bemerkenswerte Verbesserungen bei der Helligkeit, dem Kontrast und der Farbtintensität. Clear Motion Drive und ein Panel Driver mit ultraschnellen Reaktionszeiten verhindern das Verschwimmen von Konturen und Bildflackern bei dynamisch bewegten Bildinhalten. Das macht sich unter anderem besonders bei der Darstellung von horizontalen Lauftexten positiv bemerkbar.

Technische Top-Ausstattung

Die technische Ausstattung des 94 cm LCD-TV-Geräts DynaPix LT-37M60 kann zu Recht als beispielhaft bezeichnet werden: Das 37-Zoll-Gerät ist im Slim-Line-Design gehalten und wird mit einem Standfuß ausgeliefert. Der

Videotext-Speicher faßt die Inhalte von 1.500 Seiten (Level 2.5). Das OSD ist grafisch gestaltet. Der integrierte Tuner unterstützt PaP (Bild und Bildfunktion), 12fach Multi-Bild, PaT (Bild und Text) und Dual Screen. Clear Motion Drive, HF-Rauschreduzierung und Digital Image Scaling Technology erzeugen aus jedem ankommenden Signal ein optimal angepaßtes, hochauflösendes Bild. Das W-XGA (1.366 x 768 Pixel) Display trägt das HD ready Logo und verfügt über einen HDMI-Anschluß. Außerdem stehen 2 Scart-Eingänge, ein A/V-/S-Video-Eingang, ein Komponenteneingang, ein PC-Eingang und ein Kartensteckplatz für SD, xD, Memory Stick/CF und Microdrive (CF II) zur Verfügung. Bild- und Videodaten im JPEG- und MPEG-2 Format können direkt abgespielt werden. Die Gesamtausgangsleistung des Audio-

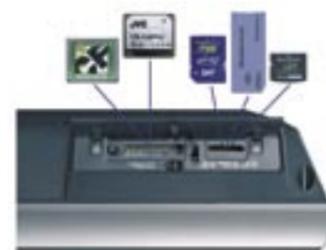
Teils mit 3D Sound, AHB (Active Hyper Bass), BBE Sound System und 4-Lautsprecher-System mit 2 Oblique Cone- und 2 Baßlautsprechern beträgt 20 W (RMS).

Als optionales Zubehör lieferbar ist ein Design-Glasrack (RK-C37FS1) und eine nicht justierbare Wandhalterung (RK-C37WB1). Der UVP des JVC DynaPix LCD-Fernsehers LT-37M60 mit Clear Motion Drive liegt bei 3.799,- Euro.

evo



Der 94 cm HD ready TV DynaPix LT-37M60 von JVC mit 1.366 x 768 Bildpunkten ist kompatibel zu den HDTV-Formaten 720p und 1080i.



Der universelle, integrierte Kartensteckplatz unterstützt SD, xD, Memory Stick/CF und Microdrive (CF II).

LG mit breitem Produktportfolio CE-Neuheiten rund um die WM

Pünktlich zum größten Sportereignis des Jahres hat LG Electronics ein breites Sortiment an Unterhaltungselektronik-Produkten in den Handel gebracht. Zu den Neuheiten zählen LCD- und Plasma-TVs, kabellose Heimkinoanlagen und Festplattenrecorder.

Mit der Plasma-Neuheit 42PC1RR kann das laufende Programm jederzeit per Knopfdruck angehalten und zurückgespult werden. Diesen Vorgang ermöglicht die integrierte 80-GB-Festplatte und die Funktion „Real Time Shifting“. Dank „Clear Filter“-Technologie bietet das Fernsehgerät einen hohen Kontrastwert von 10.000:1. Der LG Plasma 42PC1RR ist seit Mai lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 2.299 Euro. Auch beim neuen Plasma-TV 42PC3R kombiniert LG hochwer-

tige TV-Technologie mit edlem Design. Das Gerät arbeitet ebenfalls mit „Clear Filter“ und ermöglicht somit auch einen Kontrastwert von 10.000:1 sowie einen Helligkeitswert von 1.200 cd/m². Der 42PC3R ist seit April lieferbar (UVP: 1.899 Euro). Die neue LC2R-Serie von LG umfaßt LCD-TVs in drei Zoll-Größen (42", 32" und 26"). Ein weiteres Top-Modell ist der LCD-

LG ist „Designteam des Jahres 2006“

Das LG Corporate Design Center ist das Designteam des Jahres 2006. Damit geht die höchste Auszeichnung, die innerhalb des red dot design award von einer internationalen Jury vergeben wird, an LG. Mit der Auszeichnung zum Designteam des Jahres würdigt der red dot design award seit 1988 jährlich ein Designteam, das sich durch eine kontinuierlich innovative Gestaltungsarbeit auszeichnet und dadurch Maßstäbe setzt.



LGs Plasma-Neuheit mit der Modellbezeichnung 42PC1RR ist mit einer 80-GB-Festplatte ausgestattet. Das Programm kann somit jederzeit per Knopfdruck angehalten und zurückgespult werden.

Fernseher 42LB1R, der wie alle LG Flat-TVs mit dem Bildverbesserungssystem XD-Engine arbeitet. Ein integrierter Subwoofer sorgt für einen extra-satten Sound. Ein Design-Extra bei diesem Modell ist der schwenkbare Fuß, der es ermöglicht, das Display um 30 Grad in beide Richtungen zu drehen. Die neuen LCD-Fernseher sind seit Mai lieferbar. Der unverbindliche Verkaufspreis für den 42LB1R lautet 2.699 Euro, die

Modelle der LC2R-Serie können für 2.299 Euro (42LC2R), 1.899 Euro (32LC2R) und 949 Euro (26LC2R) angeboten werden.

Heimkino kabellos

Die Heimkino-Anlage LH-WH7611A sorgt für aufgeräumtes Fernsehvergnügen. Dank W-LAN entfällt das lästige Kabelgewirr. Dolby-Surround-Sound, zusätzlich verbessert durch das LG Soundsystem XTS pro, liefert satten Raumklang. Besonderen

Komfort bietet der A/V-Receiver mit „Super Multi“-DVD-Recorder, 250-GB-Festplatte und Time-Shift-Funktion. Dank W-LAN-Technologie können sich Personen sogar zwischen den kabellosen Rücklautsprechern und der Senderbox aufhalten, ohne daß es zu störenden Effekten kommt.

Multi-DVD-Recorder

Der neue Festplattenrecorder RH-200MH zeichnet mit maximaler Format-Flexibilität auf. Das Gerät beherrscht alle derzeit gängigen DVD-Standards, inklusive DVD-RAM und DVD+R Double Layer. Auch mit Multimedia-Formaten wie MPEG4 und DivX kommt der Recorder zurecht. Bis zu 345 Stunden Filmaufnahmen in Standard-Qualität faßt seine 250-GB-Festplatte. Ein besonderes Extra: Hinter der Frontleiste verbirgt sich ein Speicherkartenslot für 14 verschiedene Memorycards.

miz

Pos **Aktuell**

Fuji übernimmt US-Inkjet-Hersteller

Die Fuji Photo Film Co. Ltd., Tokio, hat die Dimatix Inc., Santa Clara, Californien, USA, übernommen. Dimatix ist auf die Herstellung von Druckköpfen für Tintenstrahldrucker im industriellen Einsatz spezialisiert. Die Übernahme soll im Juli dieses Jahres abgeschlossen sein. Dimatix wird dann zu einer 100prozentigen Tochter von Fuji. Das Unternehmen ist nach Angaben von Fujifilm weltweit führend auf dem Gebiet von Forschung, Entwicklung, Herstellung und dem Verkauf von Druckköpfen, die bei Tintenstrahldruckern zum Einsatz kommen, die im industriellen Bereich, zum Beispiel für die Außenwerbung oder für die Herstellung von Verpackungsmaterialien, verwendet werden. So hat Dimatix zum Beispiel spezielle piezoelektrische Druckköpfe entwickelt, die besondere Eigenschaften im Hinblick auf Qualität und Lebensdauer der Drucker bieten, und sich damit einen signifikanten Anteil am Weltmarkt gesichert. Bereits im Februar 2005 hatte Fujifilm mit der Sericol Group Ltd. aus Großbritannien, dem Marktführer bei der Lieferung von UV-Tinte für den industriellen Tintenstrahldruck, erworben. Im Februar dieses Jahres übernahm das japanische Fotounternehmen die Avecia Inkjet Ltd., einen britischen Hersteller von Farbstoffen für Tinten. In einer Pressemitteilung wird betont, daß Fujifilm die eigene Entwicklung im Bereich Inkjet weiter ausbaut. Von der Kombination des eigenen Know-hows mit den Druckkopf-Technologien von Dimatix verspricht sich das Unternehmen die Möglichkeit, Bilder auf verschiedenen neuen Materialien auszugeben und seine Position im industriellen Inkjet-Business weiter zu stärken.

Big Step Incentive von Herweck und O₂

„Meer erleben“ – das verspricht „Tiefenrausch“, der neue Verkaufswettbewerb von Herweck und O₂. Der halbjährige Verkaufsmarathon steht diesmal ganz im Zeichen des nassen Elements: In drei Etappen gilt es, verschiedene Aufgabenstellungen zu erfüllen. „Dafür erwartet die Händler eine wahre Prämienflut und Gutscheine wie Sand am Meer“, hieß es in einer Pressemitteilung. Im Veranstal-

Sony und Panasonic bringen neues HD-Video-Format

Die beiden Videokamera-Hersteller Sony und Panasonic haben gemeinsam eine Einigung über ein neues, hochauflösendes Format für HD-Videos erarbeitet. Der zukünftige neue Standard „AVCHD“ für HD-Video basiert auf der trotz hoher Qualität platzsparenden Datenkomprimierung „H.264“, die schon von mehreren deutschen und europäischen HDTV-Sendern eingesetzt wird. Hochauflösende „AVCHD“ Aufnahmen lassen sich auf herkömmlichen DVD-Medien speichern. Sowohl Panasonic wie Sony gehören zu den wichtigsten Protagonisten des hochauflösenden DVD-Formats Blu-Ray, das jedoch in absehbarer Zeit nicht als Speicherformat in digitalen Videokameras der beiden Unternehmen zum Einsatz kommen soll. Für diesen Verwendungszweck müßten die Abmessungen der Blu-Ray Laufwerke wesentlich kleiner werden, der Energiebedarf geringer und die Herstellung kostengünstiger sein, erklärte in diesem Zusammenhang ein Sony-Sprecher. Man arbeite bereits an Kameramodellen mit AVCHD Aufzeichnung. Wann diese zur Markteinführung kommen werden, stehe noch nicht fest, so der Sony-Sprecher.

tungszeitraum vom 1. Juni bis 30. November werden alle Unterhändler von Herweck für ihre Vertragsabschlüsse mehrfach belohnt. Denn neben attraktiven Prämien können sie auch wertvolle Warengutscheine an Land ziehen. Am Ende des Aktionszeitraums können die gewünschten Einkaufsgutscheine ganz bequem im Internet ausgewählt werden. Gespielt wird in drei Etappen mit jeweils neuen Vorgaben. Dabei wird nicht nur der reine Abverkauf belohnt, sondern es winken auch hochwertige Prämien für die höchsten Steigerungsraten. Zusätzlich haben die acht besten Händler der ersten beiden Etappen (bis 31. August) die Chance auf eine Reise in ein traumhaftes Urlaubsparadies mit unzähligen Wassersportmöglichkeiten. Die genauen Konditionen werden jeweils zu Beginn der einzelnen Etappen bekanntgegeben. Über den aktuellen Stand informiert außerdem die Tiefenrausch-Homepage unter www.tiefenrausch-o2.de.

Zusammenschluß von T-Com und T-Online bietet Lösungen aus einer Hand



Durch den Eintrag ins Handelsregister wurde in diesen Tagen die Verschmelzung von T-Online und T-Com besiegelt. „Mit dem Zusammenwachsen kann der Integrationsprozeß schnell und effektiv vorangetrieben werden, der dem Kunden Produkte und Lösungen aus einer Hand anbie-

tet und dabei unsere führende Position im Breitbandmarkt weiterhin nachhaltig verstärken wird“, so Thomas Hille, Segment-Vertriebsvorstand T-Online. Hille wird in der neuen Struktur weiterhin für die Bereiche Vertrieb, Customer Relationship Management und Customer Care verantwortlich zeichnen. Man darf auf die ersten Lösungen und Produktangebote des neu firmierten Unternehmens gespannt sein.

O₂ bringt Data Fair Flat und neue Laptop Card für Geschäftskunden

O₂ Germany bietet seinen Kunden ab sofort die Data Fair Flat an. Die Data Fair Flat ist mit den Business Tarifen O₂ Business, O₂ Business Profi und O₂ Business Data kombinierbar. Neben den Kosten für den jeweiligen Tarif zahlen die Kunden eine monatliche Grundgebühr von 40 Euro plus MwSt., jedes weitere MB wird mit 50 Cent plus MwSt. berechnet. Das Inklusiv-Volumen von 5 GB übersteigt das Angebot der bisherigen Data-Packs um das Fünffache. Selbst bei intensiver Nutzung ist die Data Fair Flat daher nahezu eine Flatrate. Für den Kunden bedeutet das, ständigen E-Mail-Zugang zu haben und auch von unterwegs mit voller Kostenkontrolle auf das Internet und das Firmennetz zugreifen zu können. Bestandskunden, die bisher das Data-Pack Volume 1000 und dadurch einen monatlichen Pack-Preis von 90 Euro plus MwSt. zahlten, werden automatisch auf die kostengünstigere Data Fair Flat umgestellt und profitieren von dem deutlich erhöhten Inklusiv-Volumen. Als zusätzliche Sicherheit werden allen Kunden, die doch über die Nutzung von 5 GB hinaus-

kommen, drei Monate lang jeweils zehn Prozent Datennutzung über das Inklusiv-Volumen hinaus nicht berechnet. Wie die bisherigen Data-Packs ist Data Fair Flat je nach Nutzungsart buchbar für Internet, IP-VPN oder Individual Access. Nach drei Monaten ist ein Wechsel in die Data-Packs Time und Volume kostenlos möglich.

Als Weiterentwicklung der Laptop Card UMTS/GPRS gibt es seit 23. Juni die neue Laptop Card UMTS/HSDPA. Diese ist in Verbindung mit einem 24-Monats-Vertrag in den Tarifen O₂ Business Data oder O₂ Active Data und Data-Pack ab 8,61 Euro plus MwSt. in den Business-Vertriebskanälen bzw. den O₂ Shops zu erwerben. Ohne Vertrag liegt der Preis der Laptop Card UMTS/HSDPA in den O₂ Shops bei 343,97 Euro plus MwSt. O₂ plant, HSDPA voraussichtlich ab Anfang 2007 in ausgewählten Gebieten zur Verfügung zu stellen. Ab diesem Zeitpunkt ist HSDPA nach einem einfachen Software-Update nutzbar.

Neuer UMTS-Service: Vodafone-Mein PC

Mit dem neuen Service „Vodafone-Mein PC“ können Vodafone-Kunden ab sofort mit ihrem UMTS-Handy auf Daten zugreifen, die sich auf ihrem Heim-PC befinden. Die Übertragung erfolgt im Streaming-Verfahren. Damit ist zum Beispiel die komplette Musik- oder Fotosammlung auch unterwegs auf dem eigenen Handy verfügbar, der ohnehin begrenzte Speicherplatz im Handy wird dabei nicht beansprucht. Der Zugriff erfolgt über das Vodafone live!-Portal. Im Rahmen eines Pilotprojektes läßt sich der neue Service zunächst kostenlos nutzen. Vodafone-Mein PC ermöglicht es den Anwendern nicht nur, direkt auf ihre Musikdateien in den gängigen Formaten wie etwa MP3 zuzugreifen. Es können auch Digitalfotos, die auf dem heimischen PC gespeichert sind, auf dem Display des Mobiltelefons angezeigt werden. Die Fotos werden dabei automatisch den Darstellungsmöglichkeiten des Handy-Displays angepaßt. Mit dem neuen Service lassen sich zudem Videos und andere bewegte Bildformate, die zum Beispiel von einem digitalen Urlaubsvideo oder Film-Trawler stammen und über eine TV-Tunerkarte auf dem PC verfügbar sind, mobil anschauen. Bilder einer Webcam, die am PC angeschlossen ist, lassen sich ebenfalls auf das Handy streamen. Um den Service zu nutzen, müssen sich Interessenten lediglich im Vodafone live!-Portal über den Link

„Vodafone-Mein PC“ registrieren. Danach muß auf dem PC nur noch eine kostenlose Software installiert werden, die unter www.vodafone.de/meinpc heruntergeladen werden kann. Nach der Einrichtung von Vodafone-Mein PC sind die entsprechenden Verzeichnisse und Dateien auf dem stationären PC über das eigene UMTS-Handy zugänglich.

Für die Nutzung im Rahmen eines Pilotprojektes (befristet bis zum 30. September) berechnet Vodafone seinen Kunden keine zusätzlichen Kosten. Benötigt werden lediglich ein UMTS-Handy und ein PC mit dem Betriebssystem Windows XP oder Windows Media Center. Für den Anschluß des stationären PCs ans Internet empfiehlt Vodafone die Nutzung eines Breitband-Anschlusses mit einem Flatrate-Tarif.

Samsung Electronics will die LCD-Fertigung nicht drosseln

Im Gegensatz zu mehreren Wettbewerbern beabsichtigt Samsung Electronics aktuell keine Drosselung seiner LCD-Panel-Produktion. „Unsere Lagerbestände haben ein normales Maß“, sagte Samsung-Manager Yeongduk Cho gegenüber Dow Jones Newswires. Der Vizepräsident der LCD-Sparte von Samsung erklärte, der Lagerbestand an Monitoren entspräche einer Wochenproduktion, und bei LCD-TV-Geräten habe man Mühe, die rege Nachfrage der Kunden zu erfüllen. LCD-Panel-Hersteller in Südkorea und Taiwan hatten in den vergangenen Wochen von größeren Produktions-Überhängen bei LCD-Bildschirmen berichtet. LG.Philips LCD Co. rechnet laut eigenen Angaben nicht mehr damit, die für das laufende Jahr geplanten Absatzzahlen und Gewinnmargen zu erreichen. AU-Optronics Corp. will die Auslastung der LCD-Fertigung auf 90 Prozent (von 95 Prozent) zurückfahren, um sich der Nachfrage anzupassen. AU-Optronics-Manager Hui Hsiung erklärte, er rechne mit einer Stabilisierung der Abgabepreise im dritten Quartal, wenn weitere Hersteller ihre Lagerbestände abbauten. Analysten vermuten, daß einige LCD-Hersteller wegen hoher Lagerbestände im zweiten Quartal Verluste verbuchen müssen. Cho lehnte es ab, sich zu der Lage-Einschätzung von Dow Jones Newswires zu äußern. Branchenbeobachter gehen davon aus, daß die Hersteller Samsung und LG.Philips LCD von eventuellen Absatzrückgängen stärker betroffen sein werden als Mitbewerber.

ViaMichelin



Damit Ihnen unterwegs kein Highlight entgeht

- Hotels und Restaurants aus dem MICHELIN® Führer 2006
- Touristische Informationen aus dem Grünen MICHELIN® Reiseführer
- Verkehrsinformationen in Echtzeit



Neue DVD-Player und -Recorder von Toshiba

Für unterschiedliche Heimkino-Ansprüche

Toshiba erweitert sein Produktportfolio um drei neue DVD-Player und zwei DVD-Recorder. Ob Player mit HD-JPEG-Ausstattung oder Recorder mit Sat-Steuerungsfunktion und Time-Shift – für jeden Anspruch wird das passende Gerät geboten.

Der DVD-Player SD-360-E-S-TE zeigt nicht nur Fotos in bester HD-Bildqualität, mit Hilfe des HDMI-Ausgangs überträgt das Gerät auch hochauflösende digitale Video- und Audio-Signale. Ebenso wie das Modell SD-260-E-S-TE ist der SD-306-E-S-TE für die Datenübertragung mit einem klassischen Scart-Ausgang, Composite Video sowie einem Komponenten-Ausgang (YUV) ausgestattet. Beide Player geben die gängigen Kompressionsformate JPEG, DivX, MP3 und MPEG4 wieder. Das DivX-Format eignet sich besonders gut für die Archivierung der eigenen DVD-Sammlung. „Progressive Scan“ wandelt Halbbilder in echte Vollbilder um und garantiert somit ein flimmerfreies Bild. Neben dem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis – 149 Euro soll der SD-360-E-S-TE und 129 Euro der SD-260-E-S-TE kosten – überzeugen



Toshibas neue DVD-Player zeichnen sich durch ein gutes Preis-/Leistungsverhältnis und eine besonders kompakte Bauweise aus.

die neuen Toshiba DVD-Player durch ihre kompakte Bauweise.

Unkomplizierte Aufnahme

Der neue DVD-Recorder D-R265-S-TE zeichnet sich durch hohen Bedienkomfort aus. Die Sat-Steuerungsfunktion ermöglicht das Programmieren mittels Sat-Receiver. Der Receiver schaltet den Recorder dann ganz einfach zur ausgewählten Zeit ein und startet die Aufnahme. Zusätzlich besitzt der D-R265-S-TE eine „Time Shift“-Funktion. Dadurch bietet sich die Möglichkeit, noch während der Aufnahme bereits aufgezeichnete Szenen abzuspielen. Der Recorder liest die Komprimierungsstandards JPEG, DivX und MP3 und bietet mit den Modi XP/SPI/LP/EP/SLP/SEP Aufnahmen in unterschiedlicher Bildqualität (1/2/4/6/8/10 Stunden auf DVD-4,7 GB). Zudem ist das Gerät mit PAL Progressive Scan ausgestattet. Die

gleichen Funktionen wie der D-R265-S-TE bietet das DVD-Recorder/Video-Recorder-Kombigerät D-VR40-S-TE. Zusätzlichen Komfort bietet das Modell, indem nicht geschützte Medien sowohl von DVD auf Video als auch umgekehrt kopiert werden können. Das Einstiegsmodell SD-37VE-S-TE knüpft an den Erfolg des Vorgängers SD-36VE-S-TE an und ist durch die Kombination von DVD-Player und Video-Recorder eine preisgünstige Möglichkeit, weiterhin Videotapes nutzen zu können. Auch dieses Gerät ist in der Lage, von DVD auf Video zu übertragen. Die DVD-VideoRecorder-Kombination SD-37VE-S-TE ist seit Ende Mai lieferbar, der empfohlene Verkaufspreis lautet 149 Euro. Der DVD-Recorder SD-37VE-S-TE ist ebenfalls seit Ende Mai verfügbar (UVP: 229 Euro). Die DVD-Recorder-VideoRecorder-Kombination D-VR40-S-TE ist seit Juni lieferbar, die unverbindliche Preisempfehlung lautet 299 Euro. *miz*



Mit dem DVD-Recorder/Video-Recorder Kombigerät D-VR40-S-TE kann, wenn das Medium nicht geschützt ist, von DVD auf Video und umgekehrt kopiert werden.

Toshibas portable DVD-Player

Pünktlich zur Weltmeisterschaft hat Toshiba seinen tragbaren DVD-Player SD-P30DT (23 cm Bildschirmdiagonale) auf den Markt gebracht. Dank des integrierten DVB-T Tuners wird der neue Toshiba-Player SD-P30DT zum Mini-Fernseher im Taschenformat. Das hochauflösende IPS-Display sorgt für beste Bildqualität, den passenden Sound dazu liefern die Baß-Reflex Lautsprecher. Somit haben Fußballfans die Möglichkeit, auch unterwegs jedes Spiel in bester Bild- und Tonqualität zu erleben. Ebenfalls neu im Programm sind die tragbaren Player SD-P1700 und SD-P1880. In den hochwertigen Komponenten und dem edlen Äußeren zeigt sich das ultrasolide Designkonzept von Toshiba. Umfangreiches Zubehör wie ein leistungsstarker Akku perfektionieren das Filmvergnügen. Neben dem von Toshiba entwickelten IPS TFT LC-Display (800 x 480 Pixel) und einem 108 MHz/14 Bit Video DAC für eine außerordentliche Bildqualität bietet der SD-P30DT Features wie einen Betrachtungswinkel von 170° (horizontal und vertikal) und 2 x 1,5 Watt Baß-Reflex-Lautsprecher für einen satten 3-D Surround Sound. Der hochwertige Akku (bis zu 4,5 Stunden Wiedergabe) und die zahlreichen Anschlüsse machen den SD-P30DT zum idealen Begleiter für unterwegs und zu Hause. Auf Qualität setzt Toshiba auch bei den Modellen SD-P1700 (Bildschirmdiagonale 18 cm) und SD-P1880 (Bildschirmdiagonale 20 cm). Die wertige Ausstattung umfaßt eine Disklade aus Magnesium und eine Bodenplatte aus Stahl. Hohe Flexibilität gewährleisten der leistungsstarke Akku (bis zu 4 Stunden Wiedergabe) und der Cardslot für die vier Formate SD, MMC, MS, XD. Alle Player können DivX Filme direkt von der Speicherkarte wiedergeben. Sehr gut geeignet sind Toshibas tragbare Player für die Nutzung im Auto: Im Lieferumfang enthalten sind eine Tragetasche, die sich am Autositz befestigen läßt, ein Auto Adapter sowie Kopfhörer. Somit ist für die Beifahrer während der Fahrt in den Sommerurlaub für perfekte Unterhaltung gesorgt. Die empfohlenen Verkaufspreise für die DVD-Player lauten: 599 Euro (SD-P30DT), 349 Euro (SD-P1880) und 299 Euro für den SD-P1700.

Neuheiten

Neue Kopfhörer von Shure

Audiospezialist Shure stellt den neuen E500PTH Sound Isolation Ohrhörer vor, der sowohl zu Hause als auch unterwegs für ein besonderes Klangerlebnis sorgt. Der E500PTH hat einen Hochtonlautsprecher und zwei Subwoofer, die mit präzisen Höhen und satten Bässen zum live-ähnlichen Hörgenüß beitragen. Die Mikrotechnologie ist in den winzigen Ohrhörern verpackt. Mit dem sogenannten Push-To-Hear Modul kann der Verbraucher auf Knopfdruck die Musik ausblenden und Umgebungsgläusche hören, ohne dazu die Ohrhörer herauszunehmen. Die PTH-Funktion bedient sich hierzu eines Mikrofons und reguliert gleichzeitig die Lautstärke der Musik. Das PTH-Zubehör ist zukünftig auch separat erhältlich und mit allen



anderen Modellen der E-Serie kompatibel. Der E500PTH ist der erste Ohrhörer der E-Serie, der über Drei-Wege High-Definition Treiber verfügt – einen Hochtonlautsprecher und zwei Subwoofer – für präzise Klangwiedergabe mit klaren

Höhen und kraftvollen Bässen. Effektiver als die Noise Cancelling Technologie schirmen die Sound Isolation Ohrhörer von Shure ca. 93 Prozent der Außen-geräusche ab. Die Abschirmung erfolgt durch weiche, flexible Paßstücke, die direkt im Gehörgang platziert werden. Im Lieferumfang des E500PTH sind neben dem Push-To-Hear Modul acht Ohrpaßstücke aus Schaumstoff und Silikon in verschiedenen Größen enthalten sowie zwei unterschiedlich lange Kabel, ein Adapter für die Hi-Fi Stereoanlage, ein Lautstärkereglern und ein Transport-Case. Der E500PTH ist ab Juli 2006 zu einem Preis von 599,- Euro erhältlich (inklusive PTH Modul). Der Preis versteht sich als unverbindliche Preisempfehlung inklusive MwSt.

Neuer 3LCD Multimedia Projektor von Epson

Mit dem neuen EMP-S4 bringt Epson einen SVGA-Projektor auf den Markt, der sich sowohl für den Einsatz im Business- als auch Entertainment-Segment eignet. Dank modernster 3LCD-Technologie und 1.800 ANSI Lumen bietet der Projektor klare, helle und lebendige Bilder. Ein Kontrastverhältnis von 1:500 und die für LCD-Projektoren typische, ruhige Bilddarstellung sorgen für eine Augen schonende Projektion. Daneben ist der Epson EMP-S4 unkompliziert zu handhaben. Der Projektor ist ab Ende Juni 2006 lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 799,- Euro.

VDO Dayton bringt Navigationssystem auf Basis von SD-Karten



VDO Dayton leitet den Abschied von CD-Rom und DVD ein. Als einer der ersten Hersteller bringt das Unternehmen mit dem MS 5200 jetzt ein integriertes Navigationssystem auf den Markt, das im Fahrzeug völlig ohne Silberscheiben auskommt. Stattdessen wird die gesamte Datenbank des europäischen Straßennetzes auf einer kompakten SD-Karte gespeichert.

Mit dem Wechsel von der DVD auf eine kompakte, aber leistungsstarke Speicherkarte, wie sie auch in Mobiltelefonen oder Digitalkameras zum Einsatz kommt, wird das neue Navigationssystem bei nochmals verbesserter Performance nicht nur günstiger, sondern auch sehr viel kleiner. Obwohl auch weiterhin ein TMC-Empfänger integriert ist, schrumpft das Volumen um 60 Prozent auf das Format eines Taschenbuches. Jetzt kann das Gerät noch besser im Fahrzeug integriert werden, weil es auch in ein enges Handschuhfach, eine Ablage zwischen den Sitzen oder in eine kleine Nische im Kofferraum paßt. Dabei macht VDO Dayton dem Autofahrer das Handling mit den Navigationsdaten ausgesprochen leicht. So liegt jedem MS 5200 eine SD-Karte bei, auf der bereits das gesamte Straßennetz Westeuropas und die sogenannten Points of Interests, wie zum Beispiel Tankstellen, Restaurants und Sehenswürdigkeiten abgelegt sind. Sobald diese Karte in einen der beiden Slots am Gerät eingeschoben wird, kann die Navigation beginnen. Als Vorbereitung für zukünftige Funktionserweiterung und für flexible Nutzung verfügt das Gerät über zwei Kartenslots, so daß das Thema Datenmenge kein Problem für den MS 5200 ist.

Jeder Kunde erhält neben der SD-Karte weiterhin eine konventionelle DVD, auf der ganz Europa, sämtliche Straßendaten für die einzelnen Länder und verschiedene Regionen sowie zahlreiche Zusatzprodukte vom Reiseführer bis zum Restaurantverzeichnis gespeichert sind. Außerdem enthält diese DVD eine interaktive Bedienungsanleitung in elf Sprachen und ein leicht verständliches Programm, mit dem die Inhalte auf DVD und Speicherkarte per Mausclick verwaltet werden können. Alle Daten kann sich der Nutzer auf die SD-Karte herunterladen und direkt auf dem MS 5200 abspielen.

Parallel zum Wechsel der Speichertechnologie hat VDO Dayton die vielfach ausgezeichnete Performance des Vorgängers MS 5700 für das neue MS 5200 weiter optimiert. So kann der Fahrer die fotorealistische Karte zur besseren Orientierung bei komplexen Verkehrssituationen nicht nur dreidimensional aus der Vogelperspektive betrachten. Jetzt läßt sich auch der Blickwinkel individuell einstellen. Außerdem hat VDO Dayton eine „Auto-Scale“-Funktion entwickelt. Damit wechselt die Darstellung je nach Umgebung auf Wunsch in drei vom Benutzer definierte Maßstäbe und zeigt Innenstädte automatisch detaillierter als Überlandstrecken oder Autobahnabschnitte. Darüber hinaus lassen sich Kartenausschnitt und Maßstab künftig auch in der 3D-Darstellung individuell verändern. Dabei setzt MS 5200 dank eines speziellen Kartenalgorithmus mit nahtlosen Bildübergängen beim Zoomen und Scrollen neue Maßstäbe in der Grafikqualität. Ebenfalls weiter optimiert hat VDO Dayton die Routenplanung mit MS 5200, die dank des integrierten TMC-Empfängers auf Wunsch automatisch um Staus und Verkehrsbehinderungen herumführt. In diesem Zusammenhang wurde nicht nur die Zieleingabe noch einmal erleichtert, sondern auch die Tourenplanung verbessert. Deshalb können künftig sieben Reiserouten mit jeweils bis zu zehn Zwischenzielen erstellt, gespeichert und bearbeitet werden.

Wie alle Navigationssysteme von VDO Dayton ist auch MS 5200 als universeller Baustein in einem frei konfigurierbaren Infotainment-Programm konzipiert. So stehen mit drei unterschiedlich großen Aufbaualternativen, dem Sliding-Screen für das Radiofach und dem neuartigen Rückspiegel mit integriertem Monitor allein fünf Bildschirme zur Auswahl. Darüber hinaus können an das System auch ein DVD-Spieler, ein TV-Tuner und eine Rückfahrkamera angeschlossen werden.

SONY

*BALLACK'S
FAVOURITE 13*

HANDYCAM HDR-HC3

»Wie ich mich heute in 20 Jahren
sehe? Immer noch in High Definition.«

Handycam® mit Carl Zeiss Objektiv Vario-Sonnar T*,
ClearVid CMOS-Sensor und HDV-Auflösung für hoch-
auflösende Videos und Fotos.



like.no.other™

WWW.SONY.DE/BALLACK513

Jahreskonferenz der Euronics International in Köln:

Mut zur Marke

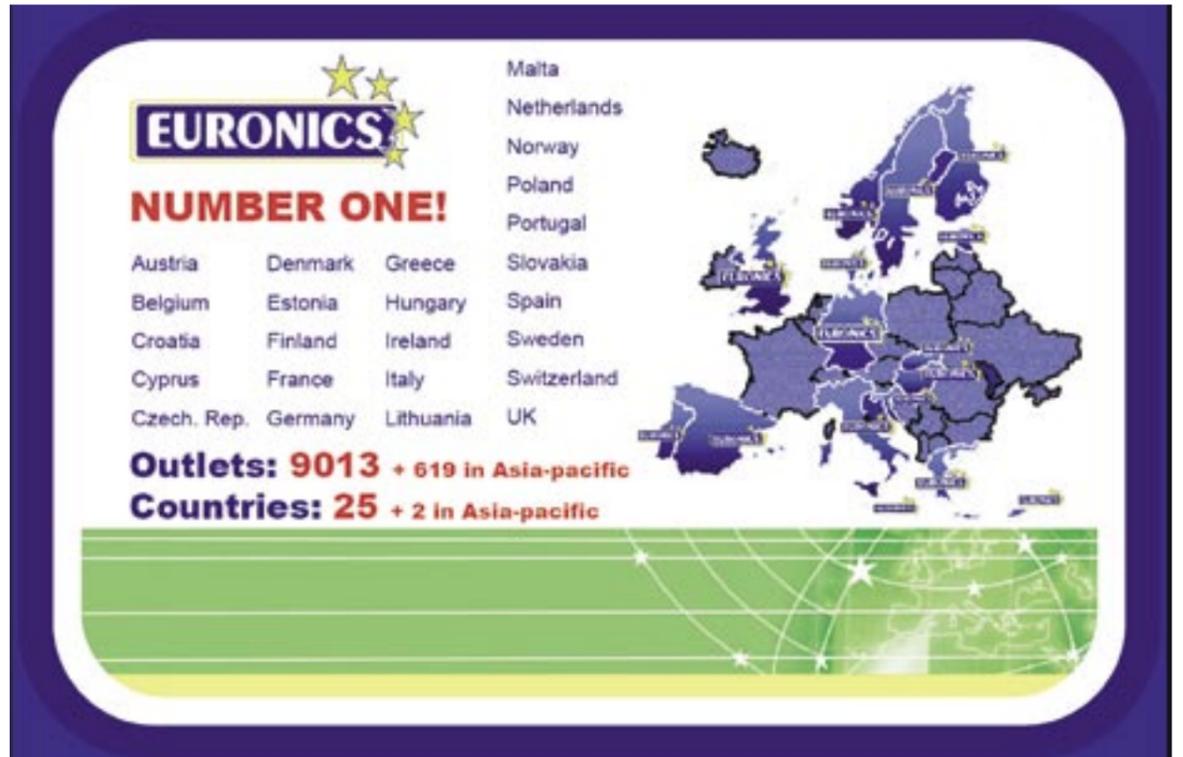
Deutschland war in diesem Jahr Gastgeber für die Jahreskonferenz von Euronics International, auf der rund 70 Delegierte der 26 Mitgliedsorganisationen aus 25 europäischen Ländern die weitere strategische Ausrichtung der Kooperation diskutierten. Ein wichtiges Resultat: Die gemeinsame Marke Euronics soll bis Ende August auch in Deutschland eingeführt werden.



Die Marke Euronics soll ab Ende August auch in Deutschland Fachhandelskompetenz signalisieren.

Euronics International Präsident Werner Winkelmann stellte vor den Delegierten die überdurchschnittlich positive Entwicklung der Kooperation dar: Nach der Gründung im Jahre 1990 durch fünf Organisationen in Belgien, Deutschland, Italien, den Niederlanden und Spanien ist Euronics inzwischen auf 26 Mitgliedsorganisationen in 27 Ländern angewachsen. Damit vereinigt die Kooperation ein Einkaufsvolumen von mehr als fünf Milliarden Euro und einen Gesamtumsatz von 9,9 Milliarden Euro, der von mehr als 6.000 Händlern mit über 9.000 Geschäften erzielt wird. Damit ist Euronics die geografisch größte Einzelhandelsorganisation im europäischen Consumer Electronics Markt. Und in der Rang-

liste der umsatzstärksten Anbieter liegt die Kooperation jetzt auf Rang 2 – hinter dem MediaMarkt und knapp vor der britischen Dixons Kette. Die Verantwortlichen sehen sich dadurch in ihrem Konzept bestätigt, die Euronics Fachhändler durch ein ganzes Bündel von Maßnahmen auf verschiedenen Ebenen zu unterstützen. Dazu gehören neben der für eine solche Organisation obligatorischen Pflege der Lieferantenbeziehungen vor allem aktuelle Informationen über Trends und Märkte, die Bereitstellung einer umfassenden Internet-Plattform mit Einkaufsdaten, Verkaufsstatistiken, buchhalterischer Unterstützung usw. und nicht zuletzt die Marke Euronics, die in Zukunft



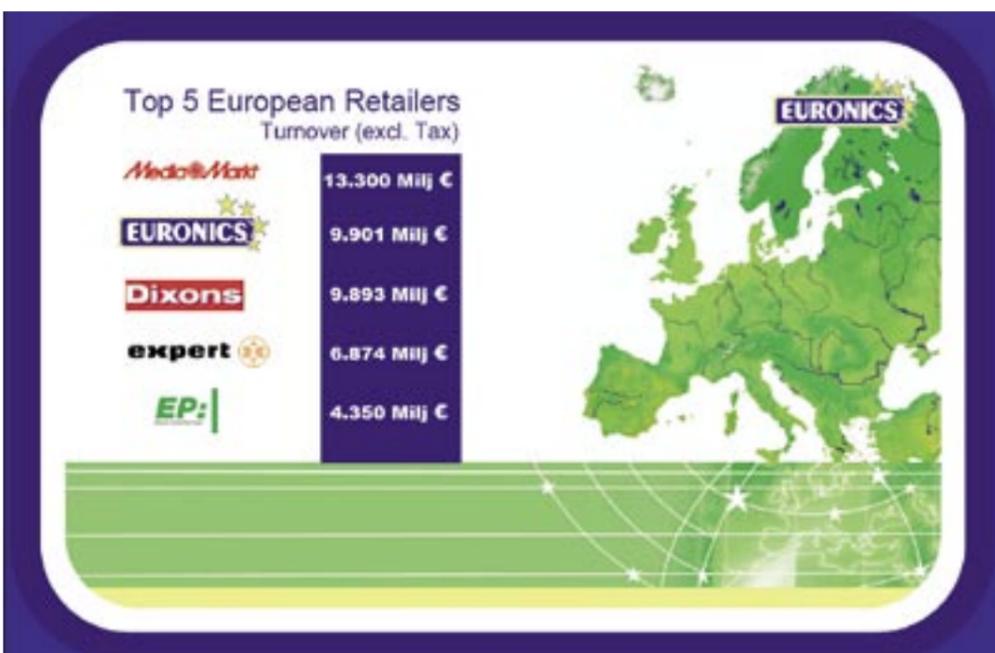
Mit über 9.000 Geschäften in 25 europäischen Ländern ist Euronics nach geografischen Kriterien die Nummer 1 unter den europäischen Handelsorganisationen.

noch an Bedeutung gewinnen soll.

Auch in Deutschland wird das gemeinsame Markenzeichen ab August eingeführt. Damit haben sich 16 der 25 europäischen Mitgliedsorganisationen von Euronics dem gemeinsamen Marktauftritt verpflichtet. Das übergreifende Branding wird es vor allem möglich machen, die Mitglieder durch lokale, regionale und nationale Werbekampagnen (einschließlich TV) zu unterstützen und damit zum kompetenten Image der unter dieser Marke firmierenden Geschäfte beizutragen. Dabei will sich Euronics vor allem auf wertschöpfungsstarke Segmente konzentrieren und der Zusammenarbeit mit führenden A-Marken den Vorrang geben.

Pioneer ist „Lieferant des Jahres“

Der Höhepunkt der diesjährigen Jahreskonferenz von Euronics International war die Ehrung der „Lieferanten des Jahres 2006“ auf dem abschließenden Galadinner im Schloß Bensberg. Die Ermittlung der Gewinner erfolgte durch eine Abstimmung unter den Mitgliedern der insgesamt 16 internationalen Fachorganisationen, an der sich über 6.000 Fachhändler beteiligten. Dabei waren zum einen Faktoren wie Innovationsgrad und Leistungsfähigkeit der Produkte, zum anderen aber auch Merkmale wie Marketing-Leistung, After-Sales-Betreuung oder Liefargeschwindigkeit ausschlaggebend. In der Kategorie „Braune Ware“ stießen die Aktivitäten von Pioneer auf die größte Zustimmung unter den Euronics Mitgliedern. „Ihre konsequente Arbeit für eine optimale Partnerschaft zwischen Industrie und Handel wird von uns mit einem Preis belohnt, der von Händlern in ganz Europa verliehen wird und dadurch authentischer nicht sein könnte“, betonte Euronics International Präsident Werner Winkelmann in seiner Laudatio. Das galt natürlich auch für die Bosch-Siemens Hausgeräte GmbH, die im Segment „Weiße Ware“ mit dem „Supplier of the Year Award 2006“ ausgezeichnet wurde. Marnix Somers, Direktor der Pioneer Home Business Division Europa, und Dietmar Krusenbaum, Geschäftsführer der Bosch-Siemens Hausgeräte GmbH, zeigten sich in ihren Dankesreden außerordentlich erfreut über die Anerkennung durch ihre Kunden und versicherten, in diesem Sinne weiter zu arbeiten, um auch im kommenden Jahr erneut auf dem Siegertreppchen stehen zu können.



Unter den umsatzstärksten Organisationen im Bereich Consumer Electronics in Europa liegt Euronics auf Platz 2.

Durchdachte Shop-Konzepte für unterschiedliche Unternehmensgrößen (über 1.000 qm, bis zu 1.000 qm und bis zu 300 qm) sollen es dabei nicht nur den Mitgliedern einfach machen, sich ihren Kunden als kompetenter Anbieter zu präsentieren, sondern auch auf umgekehrtem Wege dazu beitragen, daß diesen Kunden ein rundum positives Einkaufserlebnis geboten wird. Zu diesem Zweck bietet Euronics

den Mitgliedern umfangreiche Unterstützungspakete, vom Merchandising über die Einführung neuer Technologien bis zur Gestaltung des Werbeauftritts, an. Damit bestehen nach Ansicht von Winkelmann hervorragende Chancen, nach den acht Prozent Wachstum im Vorjahr auch in der Zukunft trotz schwieriger Marktbedingungen mit weiteren Steigerungsraten Erfolg zu haben.

POS Neuheiten

Netzwerk-Software für Hitachis Business-Projektoren



Die Hitachi Digital Media Group bringt eine neue Software-Lösung auf den Markt, die ab sofort kostenfrei allen netzwerkfähigen Hitachi Projektoren beigelegt ist. Diese Netzwerk-Management-Software bietet eine intuitiv zu bedienende Nutzeroberfläche und ist kompatibel zu SNMP (Simple Network Management Protocol). Sie erlaubt die Kontrolle, Fehlerdiagnose und Wartung aller angeschlossenen netzwerkfähigen Projektoren. Jedes Gerät erhält eine individuelle IP-Adresse und läßt sich somit von jedem beliebigen Ort aus steuern und überwachen. Autorisierte Nutzer geben einfach die IP-Adresse des gewünschten Projektors in ihrem Webbrowser an und können so per Fernwartung das Gerät ein- oder ausschalten oder den Status des jeweiligen Geräts abfragen.

Thomson präsentiert Unterhaltung für unterwegs

Mobil Ob portable DVD-Player, Audio-Jukeboxen oder MP3-Player: Die neuen mobilen Unterhaltungsprodukte von Thomson bieten große Leistung bei kleinen Maßen und sind für den High-Tech-Liebhaber mit Freiheitsdrang die ideale Begleitung. Musik auf allen Kanälen und in optimalem Sound garantiert der MP3-Player Thomson Lyra M 150 E 512 KFM. Mit seinem 512 MB großen Speicher bie-

tet er je nach Kompressionsrate bis zu 16 Stunden Musikvergnügen. Ausgestattet mit einem Digital FM Tuner, kann er nicht nur 20 Sender speichern, sondern obendrein Beiträge aus dem Radio und Sprachnotizen im MP3-Format aufnehmen. Auch als USB-Stick verwendbar, werden die Daten anschließend vom Player einfach auf den heimischen PC übertragen. Eine Ordnernavigationsfunktion hilft dem „Vielhörer“, bei so vielen Dateien trotzdem den Überblick zu behalten. Und auch für gute Lesbarkeit ist durch das mehrzeilige OLED Display



selbst bei Helligkeit gesorgt. Das Gerät ist kompatibel zu MP3- und WMA-Dateien und unterstützt Windows Media Audio Digital Rights Management. Ein integrierter wiederaufladbarer Akku garantiert bis zu 15 Stunden Laufzeit. Die Audio-Jukebox Thomson Lyra H 104 E eignet sich für alle, die ihre Lieblingsmusik so schnell wie möglich „ausgehändig“ machen wollen. Die USB 2.0 Verbindung sorgt dafür, daß die Daten bis zu 40mal schneller übertragen werden als

bei herkömmlichen USB-Verbindungen. Ausgestattet mit 4 GB, speichert die Jukebox je nach Kompressionsrate bis zu 1.300 Songs im MP3- und WMA-Format. Der Thomson Lyra H 104 E in trendigem Design ist nicht größer als eine Kreditkarte und wiegt gerade mal 90 Gramm. Ein LCD-Bildschirm (1,5“) garantiert eine gute Lesbarkeit sowie die übersichtliche Anzeige aller Lieddaten. Das praktische Multifunktions-Rad ist besonders bedienfreundlich.

Der Thomson Scenium X 3030 E ist ein Multimedia-Talent. Mit dem X 3030 E gehört erstmals eine Audio-/Video-Jukebox nicht zum Thomson Lyra-, sondern zum Thomson Scenium-Sortiment. Das Gerät in edlem Design zählt damit zu den High End Angeboten für mobiles und digitales Audio-/Video-Entertainment. Mit seinen 30 GB speichert die Jukebox je nach Kompressionsrate bis zu 120 Stunden Video, 15.000 JPEG-Bilder oder 450 Stunden Musik im MP3- und WMA-Format. Der Clou: Das Produkt ist nicht nur DVD-Player und -Recorder in einem, es ist auch für Fotografen die ideale Begleitung. Ohne, daß ein Rechner zwischengeschaltet ist, können Bilder über den USB-Anschluß direkt von der Kamera heruntergeladen werden. Darüber hinaus kann der Nutzer über einen Slot Bildmaterial und mp3-Dateien von SD/MMC-Karten abspielen. Das Gerät ist kompatibel zu MPEG-1, -2 und -4 sowie zu WMA-Dateien und DivX. Der eingebaute Lautsprecher und das Mikrofon runden die Ausstattung ab. Der Besitzer der Jukebox darf sich außerdem über umfangreiches Zubehör freuen. Hierzu zählen unter anderem eine Dockingstation, eine Fernbedienung sowie eine Schutzhülle. Nicht größer als eine Handfläche, bietet das vielfältige Produkt an jedem Ort und in jeder Situation die passende Unter-

BenQ-Mobile stellt das robuste M81 vor



Mit dem BenQ-Siemens M81 hat BenQ-Mobile ein Mobiltelefon vorgestellt, das sich an alle wendet, die Action lieben und ein sportlich-aktives Leben führen. Das robuste Handy bietet einen funktionalen Materialmix aus hochwertigem Kunststoff mit Gummi-Elementen. Dadurch wird das Gerät griffig und stoßunempfindlich. Eine drehbare Linse schützt die integrierte Megapixelkamera vor Staub, Schmutz und Spritzwasser. Das widerstandsfähige TFT-Farbdisplay (262.144 Farben, 132 x 176 Pixel)



sorgt für optimale Lesbarkeit, auch bei hellem Sonnenlicht. Bilderspaß bietet die eingebaute 1,3-Megapixel-Kamera mit Videofunktion. Ein integriertes LED-Blitzlicht unterstützt den Fotografen bei unzureichenden natürlichen Lichtverhältnissen. Auch lassen sich mit dem BenQ-Siemens M81 eigene Videoklingeltöne kreieren. Via EDGE (Verfügbarkeit abhängig vom Netzbetreiber) kommen Daten sehr schnell aufs Handy. Dank eingebautem Musik-Player und Stereo-Headset (im Lieferumfang enthalten) muß der Nutzer selbst auf dem Heimweg vom Club nicht auf musikalische Begleitung verzichten. Wechselbare RS-Multimedia-Karten lassen sich ganz einfach ins Handy stecken und bieten viele Stunden Musik. Kabelloses Entertainment bietet das Headset Bluetooth Stereo (als Original-Zubehör erhältlich), mit dem alle Musikfunktionen des M81 ferngesteuert werden können. Bei eingehenden Anrufen schaltet das Headset die Musik automatisch ab. Nachts hilft die im Handy integrierte Taschenlampenfunktion, den richtigen Weg zu finden. Für beste Orientierung sorgt die vorinstallierte Offboard-Navigations-Lösung „activepilot“ von Jentro, die per Download tagesaktuelle Routenplanung bietet und in Kombination mit einem GPS-Empfänger (nicht im Lieferumfang enthalten) zum voll funktionsfähigen Navigationssystem wird. Mit Hilfe des Wettervorhersage-Clients weiß man, ob es regnen oder die Sonne scheinen wird (beides gebührenpflichtige Dienste). Zum kurzweiligen Zeitvertreib hat das BenQ-Siemens M81 außerdem spannende Handyspiele wie „Streetball“ und „Stack Attack Advanced“ an Bord.

haltung. Ideal für Fernsehfans, die keine Sendung verpassen wollen, ist der neue tragbare DVD-Player DTH 714 DVBT von Thomson. Das Gerät ist mit einem integrierten DVBT-Tuner ausgestattet. Bei einem 16:9-Bildschirm mit einer Diagonalen von 18 cm und einer Auflösung von 480 x 324 Pixeln darf sich auch der Film-

Liebhaber über echten Kino-Genuß für unterwegs freuen. Das Gerät bedient alle gängigen Disc-Formate wie DVD, VCD, SVCD, CD, CD-R, CD-RW, MP3 und JPEG. Durch umfangreiches Zubehör wie Netzteil und Kabel für Bordsteckdose kann es an jede Versorgungsspannung angeschlossen werden.



DIGITAL XTREME POWER – extrem gut!

Panasonic
ideas for life

PLUS X AWARD™

The Phone House eröffnet ersten T-Punkt

Nur 69 Tage nach den ersten Gesprächen auf der CeBIT 2006 hat The Phone House Mitte Juni in Düsseldorf-Garath den ersten T-Punkt für die T-Punkt Vertriebsgesellschaft eröffnet. Bis Ende August plant der Münsteraner Komplettanbieter für Telekommunikation, bis zu 25 weitere T-Punkte in eigener Regie zu betreiben, im März 07 soll sich die Zahl auf 60 erhöht haben, und das langfristige Ziel heißt 100.

Durch das Betreiben von T-Punkten und den Ausbau der eigenen Shopkette wird The Phone House in den kommenden Monaten bundesweit rund 300 neue Arbeitsplätze schaffen.

Der T-Punkt in einem kleinen Einkaufszentrum unmittelbar an der S-Bahn-Station Düsseldorf-Garath gelegen, zeichnet sich durch einen dunklen Holzfußboden, eine moderne Einrichtung in Weiß und magentafarbene Akzente aus. Auf rund 70 Quadratmetern Verkaufsfläche finden Kunden Produkte und Services rund um Festnetz, Mobilfunk und IT-Lösungen – alles aus einer Hand.

„Der Laden ist übersichtlich, transparent und innovativ gestaltet. Die wichtigste Neuerung ist, daß Kunden die Produkte von T-Com, T-Mobile und T-Online interaktiver erleben können“, erläuterte Christoph Klöpping, der den T-Punkt leitet. Interessiert sich ein Kunde beispielsweise für

ein Handymodell, nimmt er das funktionsfähige Gerät einfach aus der Halterung, und auf einem Bildschirm erscheint dann die passende Produktbeschreibung. Via Touchscreen kommt der Nutzer schnell und einfach an die gewünschten Informationen. An der sogenannten „Experience Wall“ erleben Kunden, was die neue Mobilfunktechnologie im Bereich Multimedia bietet. Auch das kabellose Surfvergnügen mit einem Notebook über WLAN können die Kunden vor Ort testen.



Bild oben: Der erste T-Punkt, der von The Phone House betrieben wird, steht in Düsseldorf-Garath, in unmittelbarer Nähe der dortigen S-Bahn-Station.

Bild links: Wollen gemeinsam expandieren: Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb von The Phone House (l.), und Axel Wenzke, Vertriebsleiter Deutschland der T-Punkt Vertriebsgesellschaft

Anlässlich der Eröffnung dankte Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb von The Phone House, zunächst den Verantwortlichen bei der T-Punkt Vertriebsgesellschaft für das unbürokratische und flexible Handeln bei der Entwicklung des gemeinsamen Geschäftsmodells. „Es ist bei



der Zusammenarbeit mit einem T-Unternehmen nicht unbedingt Alltag, daß große und kleine Steine so schnell und unproblematisch aus dem Weg geräumt werden wie hier“, meinte Krause.

Die Kooperation mit der T-Punkt Vertriebsgesellschaft sei ein wichtiger Baustein der Wachstums-

strategie von The Phone House. „Als Komplettanbieter für Telekommunikation erschließen wir damit konsequent neue Geschäftsfelder“, so Krause. Dazu gehöre auch, zusammen mit Kooperationspartnern Potentiale im Markt zu erkennen und neue Umsatzquellen zu generieren.“

Auch die T-Punkt-Vertriebsgesellschaft, die mit dem Projekt ebenfalls Neuland in Sachen Kooperationen betreten hat, zeigte sich mit dem Erreichten zufrieden: „Der Telekommunikationsmarkt wandelt sich so rasant wie kaum ein anderer. Gleichzeitig gewinnt Kommunikation in unserer Gesell-

schaft eine immer größere Bedeutung. Für uns heißt das: Die Kunden wünschen verstärkt eine kompetente, umfassende und individuelle Beratung – ganz gleich, ob es sich um Festnetz, Mobilfunk oder Internet handelt. Und diesem Bedarf kommen wir mit der Eröffnung neuer T-Punkte nach“, sagte Axel Wenzke, Vertriebsleiter Deutschland der T-Punkt Vertriebsgesellschaft.

Um die Expansion zu beschleunigen, setzt die T-Punkt Vertriebsgesellschaft neben der weiteren Eröffnung eigener T-Punkte auch auf die Unterstützung von Partnern, die ihre Filiale eigenverantwortlich betreiben. Der neue T-Punkt in Düsseldorf-Garath ist so eine Partnerfiliale. The Phone House sucht in enger Abstimmung mit der T-Punkt Vertriebsgesellschaft nach geeigneten Standorten für die T-Punkt-Partnerfilialen.

Den Umbau sowie die Einrichtung der Ladenlokale setzen die Partner gemeinsam um. Auch im Marketing gibt es eine enge Zusammenarbeit. Eröffnungskampagnen und Aktionsangebote plant The Phone House zusammen mit den regionalen Vertriebsleitern der T-Punkt Vertriebsgesellschaft. Die Personalbeschaffung für die Partnerfilialen ist Aufgabe von The Phone House. Für die Kunden unterscheiden sich diese Filialen nicht von anderen T-Punkten.

POS Aktuell

Trainingskonzept hilft Talkline-Händlern am Point of Sale

Mit seinem aktiven Trainingskonzept unterstützt Talkline seine Fachhändler verstärkt bei der täglichen Arbeit am PoS. „Unser wichtigstes Ziel ist, die Händler optimal auf die Entwicklung im T-Markt vorzubereiten, damit sie die Kunden optimal beraten können“, sagte Christian Seidl, Leiter indirekter Vertrieb bei Talkline. Im Zentrum der Trainingsbausteine steht die Umsetzung erfolgreicher Verkaufsstrategien.

„Nach den Trainings werten wir die Ergebnisse am PoS aus und können dabei in der Regel feststellen, daß fast jeder zweite der Händler den Anteil der werthaltigen Tarife beim Verkauf um bis zu 50 Prozent steigern konnte“, erläuterte Christoph Eisenbarth, Vertriebstrainer und Coach bei Talkline. Weitere 30 Prozent der Händler verzeichnen immer noch

deutlich spürbare Fortschritte. Der Erfolg ist unter anderem dadurch gesichert, daß der jeweilige Gebietsverkaufsleiter an jedem PoS-Coaching teilnimmt und jederzeit individuell und vor allem wirkungsvoll nachsteuern kann.

„Damit die Händler in den Bereichen Verkauf, Beratung, fachliche Kompetenz, Neukundengewinnung und Kundenbindung sowie Verhandlungsgespräch noch zielorientierter herangehen, geben wir ihnen verschiedene Methoden an die Hand“, so Eisenbarth. Das Programm gliedert sich in verschiedene Trainingsbausteine, aus denen sich jeder Händler den für ihn am besten geeigneten auswählen kann:

- Das „PoS Fach- oder Video-Coaching“ animiert die Verkäufer zu neuen Denkweisen. Das Training findet direkt während des Tagesgeschäfts statt oder wird auf Video aufgezeichnet und ausgewertet. Es vermittelt neue Erkenntnisse, die im Verkaufsalltag zu einem flexibleren Verkaufsverhalten führen. Die Händler lernen nicht nur, exzellent zu verkaufen, sondern darüber hinaus den Kunden zielorientiert und konsequent

Mehrwert anzubieten, Empfehlungen einzuholen und zusätzlich Aufträge abzuschließen. Die Teilnahmegebühr für das Training beträgt 1.350 Euro.

- Bei den „Fachlichen Impulsvorträge“ können Händler ihr Wissen über neue Produkte, Dienstleistungen oder Tarife auf dem aktuellen Stand halten. Nach den etwa zweistündigen Informationsveranstaltungen im Rahmen von bundesweiten Roadshows oder individuellen Terminen sind die Händler in der Lage, ihre Kunden im Tagesgeschäft kompetent zu beraten. (199 Euro)

- Das „Verkaufspraxis- und Hardware-Training“ gibt Händlern starke und überzeugende Verkaufsargumente für neue Produkte an die Hand. Sie erfahren in dem Praxistraining die Umsetzung aktueller und erfolgreicher Verkaufsstrategien direkt am Produkt. So können sie sich selbst aktiv mit den Vorteilen der Produkte auseinandersetzen. Das Training dauert maximal sechs Stunden. (399 Euro)

- Das „Tagescoaching – Erfolgreich am Telefon“ vermittelt Mitarbeitern, wie man potentielle Kunden gewinnen, Besuchstermine für den Außendienst vereinbaren oder mit Bestands-

kunden zusätzliche Verkäufe erzielen kann. Das Telefon-Coaching findet zu einem individuell vereinbarten Termin statt und kann für die Bausteine Neukundengewinnung, Terminvereinbarung für den Außendienst, Verkaufen am Telefon oder Kundenbindung gebucht werden. (650 Euro)

- Das Training „Zielorientierte Gesprächsführung“ vermittelt den Händlern sofort umsetzbares Know-how für die erfolgreiche Verhandlung und Kommunikation mit Entscheidungsträgern. Rollenspiele und Fallbeispiele vor laufender Kamera bereiten die Händler auf ein Verhandlungsgespräch vor. (1.450 Euro)

mobilcom-Fachhändler sprechen gezielt Businesskunden an

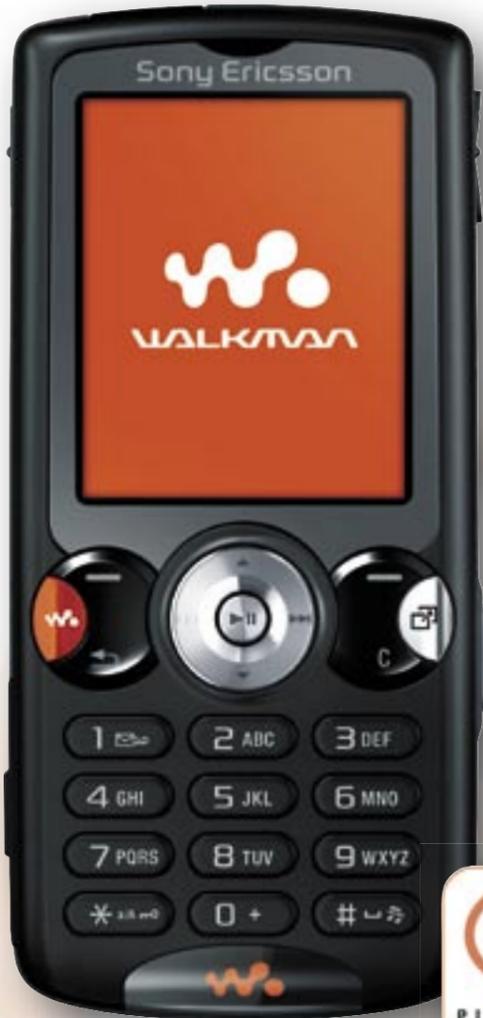
mobilcom-Fachhändler setzen künftig stärker auf Geschäftskunden. Nach den Business-Mobilfunktarifen folgen jetzt Angebote im Bereich Festnetz und Breitband. Möglich wird dies durch eine Kooperation mit freenetBusiness, dem Geschäftskundenbereich der freenet.de AG. Zum Start bieten die mobilcom-Fachhandelspartner für Geschäftskunden

freenetDSL connect sowie „Hosted Exchange“ an, eine Kommunikationsplattform speziell für mittelständische Unternehmen, die keinen eigenen Server betreiben wollen.

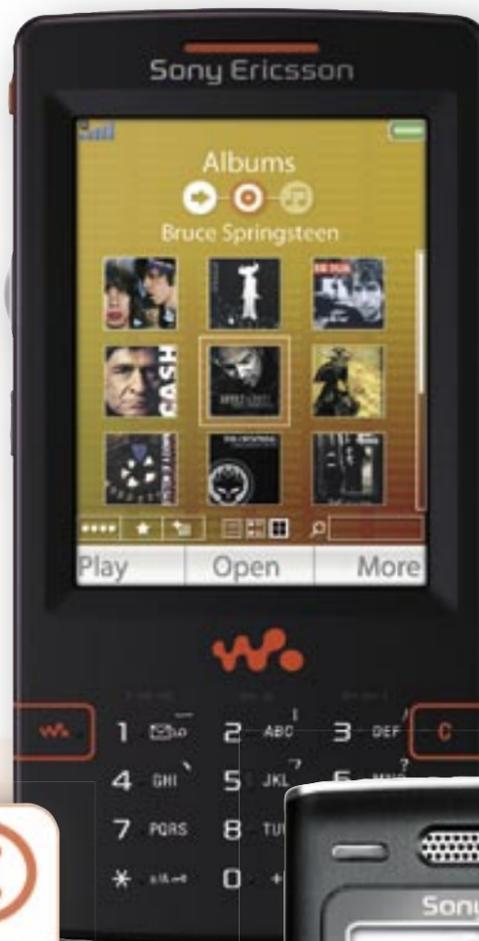
freenetDSL connect bietet zu einem monatlichen Pauschalpreis eine feste IP-Adresse ohne Zeit-, Volumen- oder Portbeschränkung. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, eine im freenet-Rechenzentrum zentral betriebene und professionell gepflegte Firewall zu buchen. So sind Firmendaten gesichert und vor mutwilligen Hacker-Angriffen geschützt. Sieben Tage die Woche steht eine spezielle 24-Stunden-Hotline mit Experten-Team zur Verfügung.

Zusätzlich hat mobilcom jetzt die Kommunikationsplattform „Hosted Exchange“ im Angebot, die die Verwaltung von Terminen, Adreßdaten und E-Mails für kleine und mittelständische Unternehmen vereinfacht. Für die Geschäftskunden entstehen bei diesem Angebot keine Anschaffungskosten, kein Aufwand für Wartung und Sicherung der Daten.

Ausgezeichnet!



W950i



W810i



K800i



HBH-DS970



Sony Ericsson

PLUS X AWARD™

POS Aktuell

Navicore erweitert das Distributionsnetz

Das Distributionsnetz des Handy-Navigationspezialisten Navicore ist weiter ausgebaut worden. Mit ENO Telecom, DuG Telecom und The Phone House Telecom konnten drei weitere Vertriebspartner für das Produkt Navicore Personal gewonnen werden. Damit vertreiben ab sofort insgesamt sieben Distributionspartner (neben den genannten sind dies auch noch Komsa, MTU, Michael Telecom und MLine) Navicore in der DACH-Region. Die Belieferung der einzelnen Partner erfolgt zentral durch die More Group. Damit ist die flächendeckende Verfügbarkeit der mobilen Navigationslösung in Deutschland, Österreich und der Schweiz gewährleistet. „Wir freuen uns sehr, daß Navicore innerhalb weniger Wochen soviel positive Resonanz in der Fachpresse und eine so hohe Akzeptanz in der Distribution erzielen konnte“, so Martin Wenzel, Director DACH. „Distribution und Fachhandel unterstützen wir pro-aktiv mit kostenlosen Regionalschulungen und umfangreichem kostenlosem PoS-Material, um beste Voraussetzungen für den Abverkauf zu bieten.“ Navicore erzielte in den vergangenen Wochen mehrfach Testsiege in verschiedenen Fachzeitschriften. Navicore Personal 2006/1 wurde speziell für Smartphones entwickelt. Der schnelle proprietäre Routing-Algorithmus reagiert direkt auf alle Bewegungen des Anwenders. Die Berechnung von Routen mit Hunderten von Kilometern Länge benötigt so nicht mehr als ein paar Sekunden. Navicore Personal 2006/1 wird in den Vertriebsläden als komplettes, sofort einsatzbereites Paket angeboten. Folgende Produkte sind darin enthalten:

- Ein Speichermedium mit der Navicore Personal 2006/1-Applikation und aktuelle Tele Atlas-Karten für die gewählte Region.
- Ein Bluetooth GPS-Receiver mit integriertem SIRF III GPS-Chip und Gürtelertasche. Damit bekommt der Nutzer stets ein deutliches und zuverlässiges Signal, auch wenn das Gerät in der Tasche, einem Mantel oder im Handschuhfach des Autos verstaut wurde.
- Ein Autoladekabel für den BT GPS-Receiver bzw. das Handy.

Navicore Personal liefert klare, leicht verständliche Anweisungen über das Display und als Sprachausgabe in vielen unterschiedlichen Sprachen. Innovative Features wie Location Messaging erlauben es unter anderem, Freunden, Kollegen oder Familienmitgliedern den aktuellen Standort in Text- oder Kartenform anzuzeigen, um problemlos gefunden zu werden. Des Weiteren werden Informationen über Verkehrsbehinderungen wie Staus und Baustellen von Navicore kostenlos zur Verfügung gestellt. Dynamic Routing und die Möglichkeit, sich per Knopfdruck zu den im Mobiltelefon gespeicherten Kontaktdaten navigieren zu lassen, gehören ebenfalls zum Lieferumfang von Navicore Personal 2006/1.

Neuer mobilcom Dienst zur Datensicherung

Viele Mobiltelefonierer speichern in ihren Handys Telefonnummern von Geschäftspartnern, die Adressen von Freunden oder die Geburtstagstermine der Verwandtschaft ab. Mit dem neuen Dienst mSync bringt mobilcom diese Daten in Sicherheit und schützt sie vor den Gefahren von Handyverlusten, -defekten und Diebstählen. Für viele Mobiltelefonierer ist das Handy längst Begleiter in allen Lebenslagen: Nirgends sonst lassen sich so leicht Nummern, Adressen und

debitel-light-Starterpakete ab sofort auch an Tankstellen und Kiosks

Die Starterpakete von debitel-light gibt es ab sofort auch an vielen Tankstellen bundesweit – weitere Verkaufsstellen wie Kioske in ganz Deutschland werden in den kommenden Wochen folgen. Mit dieser Ausweitung des Vertriebsnetzes will der gelbe Discount-Anbieter nach eigenen Angaben zeigen, daß Minutenpreise von 16 Cent nicht nur internet-affinen Kundengruppen vorbehalten bleiben. Dank einer Vertriebskooperation mit dem Convenience-Großhändler Lekkerland gibt es aber nicht nur die Starterpakete für 19,95 Euro inklusive

zehn Euro Startguthaben an Tankstellen und Kiosks, sondern es besteht auch überall dort, wo man die Starterpakete kaufen kann, die Möglichkeit der schnellen Guthabenaufladung per Guthaben-Bon. Der Kunde kauft einfach an der Kasse einen Guthaben-Bon und aktiviert anschließend den aufgedruckten Code per SMS – das Guthaben wird dann automatisch auf der SIM-Karte gutgeschrieben. Damit spricht debitel-light ganz gezielt neue Kundengruppen an, die vielleicht schon längst auf diese Weise telefonieren würden, aber ihr Telefon-Guthaben eben nicht online oder per Hotline verwalten und aufladen wollten. Doch nun ist man als debitel-light-Telefonierer auch unterwegs, wenn mal kein Computer in der Nähe ist, immer bestens mit Guthaben versorgt und kann ohne lange Unterbrechungen telefonieren und SMS verschicken. „Unsere discount-günstigen Preise gibt es jetzt auch an der Tankstelle und in Kiosken. Damit ist unser Starterpaket für dauergünstiges Telefonieren noch leichter auch für all diejenigen erhältlich, die es nicht übers Internet kaufen können oder möchten“, meinte Dr. Jörg B. Kühnapfel, Geschäftsführer der debitel-light GmbH. „Und auch mit der Guthabenaufladung per SMS erweitern wir unsere breite Palette an Auflademöglichkeiten um ein weiteres Feature und bieten unseren Kunden damit noch mehr Einfachheit und Service.“



Termine ablegen und wiederfinden. Problematisch wird es immer dann, wenn durch den Verlust des Handys oder einen technischen Defekt alle Daten verloren gehen. Solche Situationen lassen sich vermeiden, wenn der Nutzer seine Daten regelmäßig speichert. Mit mSync ist das besonders einfach. Der Dienst nutzt die Sync-ML-Funktionalität moderner Handys und erlaubt es, per Tastendruck alle Kontakte, den Kalender und die Notizen bzw. Aufgaben auf einem Internet-Server zu sichern. Das funktioniert ohne PC, ohne Datenkabel und ohne jedes weitere Gerät. Bei Handywechsel sind die Daten des Vorgängergeräts genau so schnell wieder auf das neue übertragen. Die jeweils erforderlichen Handy-Einstellungen können unkompliziert per SMS auf das Handy gesendet werden. PC-Nutzern bietet mSync noch weitere Vorteile: Sie können die neuesten Daten per Internet über das Kundenportal „meine mobilcom“ in Kalender und Adreßbuch eintragen und sparen sich damit mühsames Tippen auf den Handytasten. Die gratis verfügbare Software „mSync Anywhere“ gleicht sogar die im WEB-Dienst gesicherten Daten mit den Einträgen im E-Mail- und Organisationsprogramm Microsoft Outlook ab. mSync ist ab sofort für alle mobilcom-Kunden buchbar. Über das Portal „meine mobilcom“ unter <http://kundenservice.mobilcom.de> läßt sich der Dienst per Mausclick aktivieren. Die Gebühren betragen 99 Cent pro Monat.

klickTel gewinnt VDAV-Preis in Gold

Die klickTel AG, einer der führenden Anbieter von medienübergreifenden Telefon- und Branchenbüchern, ist vom VDAV (Verband Deutscher Auskunfts- und Verzeichnismedien) auf dessen Jahreskongreß in Dresden für den infoEintrag mit dem Deutschen Verzeichnismedien-Preis 2006 in Gold ausgezeichnet worden. Der klickTel infoEintrag erhielt die Auszeichnung als beste Innovation in der Kategorie „Elektronische Verzeichnismedien“. In ihrer Begründung hebt die Jury aus unabhängigen Medienexperten vor allem hervor, daß Eintragskunden die Daten ihres Eintrags über das Online-Redaktionssystem von klickTel selbständig und schnell aktualisieren können. Dadurch seien Anbieter zum Beispiel in der Lage, ihre Kunden stets aktuell über Sonderaktionen zu informieren, Produkt- und Markenbeschreibungen zu ergänzen oder Aktionen in anderen Medien zu verän-

gern und wirksam zu unterstützen, so der VDAV. „Wir freuen uns über die hohe Anerkennung für den klickTel infoEintrag“, betonte Boris Polenske, Vorstandsvorsitzender der klickTel AG. „Damit erkennt die Branche an, daß wir eine Vorreiterrolle im Markt haben und Gewerbetreibenden eine besonders innovative Werbeform bieten, um neue Kunden zu gewinnen und die Bekanntheit ihrer Services zu steigern.“

Die Eintragskunden von klickTel nehmen die effektive Werbeform und konsequente Ausrichtung auf digitale Medien gut an: Das Unternehmen gewinnt zur Zeit monatlich rund 700 neue Kunden, im ersten Quartal 2006 überschritt die Zahl der infoEinträge erstmals die Marke von 15.000 – darunter zahlreiche bekannte Unternehmen. Um die große Nachfrage nach dem Werbeeintrag noch besser bedienen zu können und die Kundenservices weiter auszubauen, wird die klickTel AG einen weiteren Standort für den Werbeerwerb aufbauen. Das Unternehmen sucht derzeit in der Dortmunder Innenstadt nach Gewerbeflächen, in denen neue Mitarbeiter für die Abteilungen Telesales und Telemarketing einen Arbeitsplatz finden sollen.

The Phone House meldet erfolgreiches Geschäftsjahr

Der Münsteraner Komplettanbieter für Telekommunikation, The Phone House ist in einem von einem scharfen Verdrängungswettbewerb gekennzeichneten Marktumfeld weiter gewachsen. Die Zahl der Mobilfunkkunden erhöhte sich im am 31. März abgelaufenen Geschäftsjahr um 36 Prozent auf 1,17 Millionen. Die ursprünglich angepeilte Zielmarke von einer Million Mobilfunkkunden wurde bereits im vergangenen Jahr deutlich übertroffen. 820.000 bzw. 70 Prozent der 1,17 Millionen Mobilfunkkunden sind Kunden mit einem Zweijahres-Vertrag. Darüber hinaus zählte das Unternehmen rund 30.000 Festnetzkunden. Der Umsatz stieg im Vergleich zum vorigen Geschäftsjahr um 21 Prozent auf 563,4 Millionen Euro. Das operative Ergebnis vor Zinsen, Steuern und Abschreibungen (EBITDA) erhöhte sich um rund 24 Prozent auf 28,3 Millionen Euro. Seine Vertriebskanäle hat The Phone House wie geplant weiter ausgebaut. Die Zahl der Shops stieg von 74 auf 104. Außerdem hat sich die Zahl der mit The Phone House kooperierenden aktiven Fachhändler um über 25 Prozent von 400 auf über 500 erhöht. Damit

besitzt The Phone House eine der größten Fachhandelsplattformen in Deutschland. The Phone House wird seine Expansionsstrategie fortsetzen und will auch in Zukunft weiter wachsen. Das Unternehmen plant, in den kommenden zwei Jahren mehr als 100 neue Shops zu eröffnen. Rund ein Drittel der Shops soll langfristig im Franchisesystem betrieben werden. „Die Shop-Expansion ist eine tragende Säule in der Wachstumsstrategie des Unternehmens“, so Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House. „Im härter werdenden Verdrängungswettbewerb ist es wichtiger denn je, für den Kunden sichtbar zu sein. Mehr Shops bedeuten mehr Aufmerksamkeit beim Kunden. So sind wir in der Lage, noch mehr Menschen von den Vorzügen von The Phone House zu überzeugen. Egal, ob Mobilfunk oder Festnetz, objektive Beratung und ein erstklassiger Service sind unsere Visitenkarte.“

VoIP Testwochen bei Lancom Systems

Die Lancom Systems GmbH bietet ihren Fachhändlern mit Hilfe der aktuellen Betriebssystemversion LCOS 6.10 ab sofort die Möglichkeit, Voice over IP 30 Tage lang kostenlos zu testen. Alle Lancom Router mit der Kennzeichnung VoIP-ready können über ein Software-Upgrade auf SIP-Proxy und SIP-Gateway-Funktionalitäten für moderne Internet-Telefonie erweitert werden. Immer mehr und zunehmend auch kleinere Unternehmen verschreiben sich der neuen Technologie, um sowohl kostensparend als auch flexibel zu telefonieren. Diesen Markt adressiert Lancom nun mit der neuesten Betriebssystemversion LCOS 6.10, die Fachhändlern zum Test zur Verfügung gestellt wird. Von der Aktion profitieren können alle „VoIP-ready“-Geräte der Aachener VoIP-Spezialisten. Dazu gehören alle aktuellen Lancom DSL-Router mit einer ISDN-Schnittstelle, die für Daten- und Sprachverbindungen nutzbar ist, zum Beispiel zur Auskopplung von Ortsgesprächen, Fax oder für Notrufe. Zusammen mit VoIP-Endgeräten (zum Beispiel SIP-Telefonen oder Softclients) können vollwertige, professionelle Kommunikationslösungen aufgebaut werden. Der VoIP Call Manager verteilt durch sein integriertes, intelligentes Call-Routing die Gespräche automatisch auf SIP, VPN oder ISDN. „Wir nehmen unseren Fachhändlern die Scheu, sich mit dem aktuellen Thema VoIP im Business Umfeld zu

beschäftigen und fordern sie dazu auf, Internet-Telefonie über VPN-Tunnel und SIP-Verbindungen zu testen“, erläutert Ulrich Prinz, Geschäftsführer von Lancom Systems, und fährt fort: „Dabei sind keine weiteren Investitionen in neue Router nötig.“ Lancom Fachhändler können über ein Anmeldeformular auf www.lancom.de oder im LANvantage Partnerportal einen Freischaltungsschlüssel für die Demoversion der VoIP-Option anfordern. Für den optimalen Testaufbau, bestehend aus SIP-Router und Client, bietet Lancom mit dem Softphone Lancom Advanced VoIP Client die ideale Applikation, die als Software-Client auf dem PC oder Notebook betrieben wird. Dieser ist ebenfalls als 30-Tage-Demoversion verfügbar und kann wie die VoIP-Option nach Ablauf der Frist über einen Freischaltcode aktiviert werden, der über den üblichen Bezugsweg bei autorisierten Lancom Distributoren verfügbar ist.

T-Mobile verlängert die NaviGate Testwochen

Mit dem Online-Navigationssystem T-Mobile NaviGate lotst das Handy Autofahrer im In- und Ausland schnell und zuverlässig ans Ziel. Damit Kunden NaviGate zur Fahrt in die Ferien und bei Touren in der Urlaubsregion testen können, verlängert T-Mobile die NaviGate Testwochen: Bis zum 30. September fällt für die Nutzung von NaviGate kein Aufpreis pro Routenberechnung an. T-Mobile stellt lediglich die im jeweiligen Tarif geltenden Kosten für die Datenübertragung in Rechnung. Die erforderliche Software gibt es kostenfrei auf der T-Mobile Website oder via t-zones.

Bei T-Mobile NaviGate erfolgt die Routenberechnung online auf Basis aktueller Straßenkarten und Verkehrsdaten. Die Informationen werden direkt als Navigationsdaten auf das Handy des Nutzers übermittelt. Bei größeren Verkehrsstörungen auf Autobahnen in Deutschland schlägt T-Mobile NaviGate automatisch Ausweichstrecken vor. Die aktuell beste Route wird auf dem Handydisplay mit Richtungspfeilen angezeigt oder auf Wunsch vom System angesagt. Besitzer eines T-Mobile SDA, MDA Vario, MDA III oder MDA compact können sich alternativ den Weg über digitale Kartendarstellungen anzeigen lassen. T-Mobile stattet NaviGate immer wieder mit neuen Funktionen aus. So gibt es jetzt die manuelle Standorteingabe sowie die zusätzliche Fußgänger-Navigation für Zieladressen, die nur über eine Fußgängerzone zu erreichen sind. Angeboten wird diese neue Funktion zum Beispiel für den MDA II, MDA III, MDA compact und MDA Vario oder den SDA sowie für das Nokia N70. T-Mobile Kunden können sich bereits für 18 europäische Länder den optimalen Weg berechnen lassen.

T-Mobile NaviGate ist für viele Handymodelle verfügbar, zum Beispiel für Geräte der MDA-Serie. Neuerdings läßt sich die Software auch auf das Nokia 6280 und das Sony Ericsson W880i herunterladen, in Vorbereitung ist der Dienst für das BlackBerry Handheld 8700. Die NaviGate Software steht zum kostenlosen Download unter www.t-mobile.de/navigate oder direkt mit dem Nokia 6230i, Nokia 6280 bzw. Sony Ericsson W800i über t-zones im Menü downloads/programme/navigate bereit. Zur Nutzung wird ein GPS-Empfänger für die Satellitenortung benötigt.

Während der Aktionswochen ist die Routenberechnung kostenlos, es entstehen nur Kosten für die mobile Datenverbindung. So beträgt bei einer Route von München nach Hamburg, Ausgabe der Navigationsinfos am Mobilfunkgerät mit Richtungspfeilen und per Sprache (also ohne Kartendarstellung) ein Datenvolumen von rund 40 Kilobyte. Hat der Kunde zu seinem Tarif keine Datenoption gebucht, stellt T-Mobile dafür 31 Cent in Rechnung.

Fußball-Roadshow mit Samsung in fünf Großstädten E-Plus verstärkt Handelsmarketing

Im Rahmen unterschiedlicher Programme unterstützt E-Plus seine Vertriebspartner mit Marketingmaßnahmen, Verkaufstrainings und Informationen zu Produkten und Neuigkeiten rund um E-Plus. Neben der vertrieblichen und werblichen Unterstützung will E-Plus die Händler mit verschiedenen Incentives ansprechen.

„Es ist uns wichtig, unsere Partner zu motivieren und ihnen alle Informationen zu liefern, die sie im täglichen Kundenkontakt benötigen“, so Bernd Knisch, Department Manager Channel Marketing von E-Plus. „Durch gezieltes Handelsmarketing mit ständig neuen Aktionen und bewährten Angeboten wollen wir die Händler optimal unterstützen.“

E-Plus Partnership-Betreiber genießen eine exklusive Rundum-Betreuung. Sie erhalten umfangreiche Starthilfe und regelmäßige Unterstützung. Zur Shop-Gründung gibt es ein Erstausstattungs-Paket sowie Hilfe bei Ladenbau und Außenwerbung. Während einer zweiwöchigen Eröffnungsphase werden neue Vertriebspartner mit Street-Promotions gefördert. Ebenso bietet E-Plus laufend spezielle Verkaufs-Coachings direkt im Shop. Eine neue BMW-Mini-Partnerschaft rundet die Marketing-Unterstützung ab: E-Plus Partnership-Betreiber können Minis im E-Plus- und Base Look für ihre Werbung nutzen.

Alle Quality Partner von E-Plus erhalten ab sofort die neue Shop-in-Shop-Möblierung. Ferner können Quality Partner an Verkaufstrainings und Incentive-Programmen teilnehmen. Dieses Jahr dürfen sich 125 Top Performer über eine viertägige Reise nach Mallorca zu einem Fußballturnier freuen. High Quality Partnern ermöglicht der Besitz der VIP Club-Karte darüber hinaus den Einkauf in allen Lufthansa Ringeltaube-Shops und gewährt künftig einen erheblichen Rabatt in Maritim-Hotels und beim Autoverleiher Sixt. Zudem profitieren High Quality Partner von monatlichen



„Pressekonferenz“ im Rahmen der E-Plus Roadshow: Moderator Matthias Opendenhövel (3. v. l.) befragt die E-Plus-Vertreter Frank Demmer (l.) und Bernd Knisch (2. v. l.) sowie die Samsung Vertreter Stefan Rapp (2. v. r.) und René Wimmers (r.) nach Taktik und Aufstellung, Ex-Fußball-Profi Olaf Thon gibt Praxistips.

Sonderrabatten auf Verkaufsförderungs-Aktionen aus dem Marketing-Baukasten.

Vertriebspartner, die regelmäßig mit E-Plus zusammenarbeiten, erhalten monatlich aktuelle Aktions-PoS-Materialien und Neuigkeiten zu Produkten, Marken und Unternehmen. Allen Vertriebspartnern steht darüber hinaus das Online-Portal Dialog offen. Es hält sämtliche Infos rund um E-Plus bereit und bietet den registrierten Nutzern Werbematerialien, Händlerberichte sowie geschlossene Bereiche für Quality Partner und Partnership-Betreiber.

Eine der herausragenden Unterstützungsmaßnahmen für den Handel war die Roadshow, die E-Plus im Mai und Juni gemeinsam mit Samsung durchführte: Um den E-Plus-Händlern die Wartezeit auf die Fußball-Weltmeisterschaft zu verkürzen und sie auf das sportliche Großereignis einzustimmen, luden E-Plus und Samsung Händler in fünf deutschen Großstädten zu einem Fußballturnier ein. Im Rahmen des Turnier- und Trainingabends „Feel the Cup“ traten Fußballmannschaften aus E-Plus Händlern gegeneinander an und erhielten im Rahmen einer „Pressekonferenz“ Informationen rund um die aktuellsten Produkte von Samsung und E-Plus.

Mit dem Kicken ging es am 23. Mai in Frankfurt los, es folgten Kaarst am 29. Mai, München am 30. Mai, Berlin am 12. Juni und Hamburg am 13. Juni. „Feel the Cup“ ließ E-Plus Händler

in die Rolle von Fußball-Profis schlüpfen: Zunächst fand eine Pressekonferenz statt, die professionell abgehalten wurde und sich an den Pressekonferenzen nach den Spielen der Fußball-Bundesliga orientierte. Anstelle von Trainern und Managern nahmen allerdings Vertreter von Samsung und E-Plus vorne Platz und präsentierten die neuesten Mobilfunkprodukte und aktuellen Tarife. Dies erfolgte ganz mit den Worten des Fußballs: So war von der

Samsung-„Aufstellung“ ebenso zu hören wie von der E-Plus „Taktik“. Prominente Vertreter aus der Fußballszene, beispielsweise Olaf Thon in Kaarst, führten dabei durch Pressekonferenz und Training.

Danach wurden die Zuhörer aktiv: Nach einem kurzen Warm-up begann das Turnier, das in speziellen Soccer-Hallen mit Fußballatmosphäre stattfand.

Wer nicht am Match teilnehmen wollte, konnte sein Team als Fan anfeuern oder beim Trainings-

parcour mitmachen – mit Torwandschießen, Tischkicker und verschiedenen Fußballübungen. Die Turniergewinner wurden am Ende jeder Veranstaltung mit Preisen belohnt.

Seit dem Beginn der erfolgreichen Veranstaltungsreihe „Feel the Freedom“, die vor knapp einem Jahr startete, bleibt Samsung seinem Motto treu, die Schulungen für E-Plus Händler zu einem echten Erlebnis zu machen. „Auch ‚Feel the Cup‘ verbindet Spaß und Action mit aktuellen Informationen zu den neuesten Handys von Samsung sowie Tarifen von E-Plus. Die Symbiose aus Produktinformation und Sportaction liegt im Trend der Zeit. Sie bettet die Produkte in eine emotionale, erlebnisreiche Umgebung und verleiht der Veranstaltung einen positiven, sympathischen Charakter“, erklärte René Wimmers, Sales Manager für E-Plus, bei der Samsung Deutschland GmbH. Und Frank Demmer, Director Dealer von E-Plus, ergänzte: „Mit der neuen Roadshow ‚Feel the Cup‘ haben wir an die erfolgreiche Veranstaltungsreihe ‚Feel the Freedom‘ in Zusammenarbeit mit Samsung angeknüpft. Auf unserer Reise durch fünf deutsche Großstädte haben wir unsere Händler direkt vor Ort informiert.“

Neben neuen Hardware-Angeboten und Tarifinformationen rund um E-Plus standen Spaß und Action im Mittelpunkt der gut besuchten Abendveranstaltungen.“

Neue Daten-Pakete für E-Plus Businesskunden

E-Plus will auch bei Businesskunden für ein übersichtliches und kostengünstiges Datentarifportfolio sorgen: Mit den neuen Mobile Office Daten-Paketen 2006 schließt E-Plus an die vereinfachte mobile Datenkommunikation im Privatkundenbereich an. Seit Anfang Juni können sich alle E-Plus Geschäftskunden über neue transparente Black-Berry-Pakete und Data-Optionen freuen. Die drei neuen Daten-Pakete für Black-Berry-Nutzer sind auf unterschiedliche Bedürfnisse abgestimmt: An Geschäftskunden, die das mobile Büro für den alltäglichen E-Mail-Empfang und -Versand nutzen, richtet sich das kleinste Paket mit 5 MB Inklusiv-Volumen zum monatlichen Preis von 13 Euro. Heavy-User, die häufig mobil E-Mails mit Anhängen versenden und zudem WAP und Internet nutzen, können auf die größeren Pakete mit 30 MB für 18 Euro und 50 MB für 21 Euro im Monat zurückgreifen. Kunden, die mit anderen E-Mail Push Diensten wie zum Beispiel Outlook-Mobile/WindowsMobile arbeiten, bietet E-Plus ebenfalls neue vereinfachte Tarife: Drei Data-Optionen mit fünf MB, 30 MB und 50 MB Inklusiv-Volumen stehen PDA/Smartphone-Nutzern für einen monatlichen Grundpreis von drei Euro, acht Euro bzw. elf Euro zur Verfügung. Die neuen Tarifoptionen sind den Angaben zufolge ideal für Kunden, die einen E-Plus Pocket PDA oder PDA IV nutzen. „E-Plus bietet einfache Produkte

zu günstigen Preisen, die genau auf Kundenwünsche zugeschnitten sind – dieses Konzept führt das neue Datentarifportfolio konsequent fort“, so Michael Kramer, Chief Executive Officer von E-Plus. „Mit den neuen Angeboten macht E-Plus die Arbeit im mobilen Büro noch einfacher. Neben den neuen Tarifen für Nutzer von E-Mail Push Diensten können Business-Kunden, die sich viel im Internet bewegen, auch die E-Plus Online Flats nutzen.“ Die E-Plus Mobile Office Daten-Pakete 2006 lassen sich mit jedem Sprachtarif für Geschäftskunden individuell kombinieren. Die monatliche Grundgebühr der neuen Tarife deckt neben den E-Mail Push Anwendungen auch das WAP- oder Internetsurfen ab.

E-Plus und Sparda-Bank eröffnen gemeinsamen Shop in Itzehoe

Seit Anfang Juni haben E-Plus und die Sparda-Bank einen gemeinsamen Standort in Itzehoe. Damit möchten die beiden Unternehmen die Erreichbarkeit für ihre Kunden verbessern und gleichzeitig Neukunden für ihre Angebote gewinnen. Die neue Filiale befindet sich in bester Einkaufslage in der Feldschmiede 10. Der Shop ist von montags bis freitags von 9 bis 18 Uhr sowie samstags von 9.30 bis 13 Uhr geöffnet. Die Sparda-Bank startet im ersten Schritt mit SB-Servicekomponenten wie Geldautomaten und SB-Terminals. Darüber hinaus plant die Bank, ab August einen Mitarbeiter für Beratungen vor Ort einzusetzen.

POS Neuheiten

Sony Ericsson stellt Walkman-Handy W850i als UMTS Slider vor

Mobil Mit dem W850i hat Sony Ericsson sein erstes UMTS-Handy mit einem aktualisierten Walkman-Player für alle gängigen Musikdateiformate (einschließlich AAC+) vorgestellt. Der in den Walkman-Player integrierte Downloaddienst ermöglicht dem Benutzer den direkten Over-the-Air-Zugriff (OTA) auf seine Lieblingsmusik, ohne zum Webbrowser zu wechseln. Zudem bietet das W850i die Funktion TrackID, die auf Mobile MusicID von Gracenote basiert: Dieser Service erlaubt es dem Benutzer, einige Sekunden eines gerade laufenden Musikstücks aufzunehmen – entweder mit dem Mikrofon oder über das eingebaute FM-Radio – und



diese Aufnahme dann mit einem Mausklick an die Musikdatenbank von Gracenote zu senden. Dort wird der Song identifiziert, und die Informationen werden zurück auf das W850i geschickt. Im Lieferumfang enthalten ist ein 1 GB Memory Stick Pro Duo. Der Speicher kann optional auf bis zu 4 GB erweitert werden. Das W850i ist ein intuitiv bedienbares Mobiltelefon und wird in den Farben Precious Black oder Golden White erhältlich sein. Das QVGA-Display kann 262.000 Farben darstellen. Die „Heartbeat-Beleuchtung“ des Gerätes leuchtet im Rhythmus der gerade gespielten Musik. Weiterhin verfügt das W850i über eine Zwei-Megapixel-Kamera. Das Handy läßt sich dank seines schnellen Internetzugangs und seines vollwertigen HTML-Webrowsers zur Erstellung und Pflege von Blog-Websites nutzen. Für das Gerät steht vielfältiges Musikzubehör bereit. Das Sony Ericsson W850i kommt im dritten Quartal in den Handel.

Sony Ericsson Z550i: Klapp-Handy in ansprechendem Design

Mobil Das neue Z550i von Sony Ericsson ist ein Klapp-Handy in ansprechendem Design: Die Kombination des schwarzen Körpers mit den gebürsteten Aluminium-Inlays macht das Z550i zu einem eleganten Begleiter für Designliebhaber. Alternativ ist das Gerät auch kupferfarben mit perlenfarbenen Inlays erhältlich. Mit der 1,3-Megapixel-Kamera mit vierfacher Digitalzoom-Funktion sind Schnappschüsse und Videos in guter Qualität möglich. Das hochauflösende 1,9“ QCIF TFT Display mit 262.000 Farben ermöglicht kontrastreiche Darstellung in brillanten Farben. 20 MB interner Speicher und die Möglichkeit, die Speicherkapazität



mittels Memory Stick Micro auf bis zu 1 GB zu erweitern, sorgen für genug Platz, um Bilder, Musik und Videos zu speichern. Die Vorschau-Funktion ist um die Anzeige nach dem Entstehungsdatum des Fotos erweitert. Das schlanke Z550i kann einfach mit einem PC verbunden werden. Für eine Übertragung von Multimedia-Inhalten und Synchronisierung mit Telefonbuch und Kalender steht USB 2.0 zur Verfügung. Das Handy verfügt auch über einen vollwertigen HTML-Internet-Browser. Für die musikalische Unterhaltung sorgt neben dem Media-Player ein FM-Radio mit RDS-Unterstützung. RSS-Feeds und Push-E-Mail-Support machen das Handy auch für Business-Nutzer attraktiv. Das Z550i ist voraussichtlich ab dem dritten Quartal erhältlich.

ness-Anwendern und stellt dabei die nutzerfreundliche Bedienung in den Vordergrund. Das Quadband- und EDGE-Handy Z710i bietet moderne Business- und Multimedia-Applikationen, eine Zwei-Megapixel-Kamera, diverse Spiele und einen Media-Player mit FM-Radio. Bei den Business-Funktionen stehen Push-E-Mail-Unterstützung und schnelle, einfache PC-Synchronisierung im Vordergrund. Dank USB 2.0 können die Daten des Telefonbuchs und des Kalenders schnell abgeglichen werden. Mit der Unterstützung von RSS-Feeds gelangen Updates und Verkehrsberichte direkt auf das Handy. Das Z710i verfügt außerdem über einen vollwertigen Access NetFront-HTML-Browser. Dieser erlaubt die Betrachtung von Webseiten wie bei einem herkömmlichen Computer. Bluetooth 2.0 mit HDR (high data rate – Hochgeschwindigkeitsrate) sorgt für eine schnelle Datenübertragung mit anderen Bluetooth-Geräten.



Sony Ericssons Z710i wendet sich vor allem an Business-Anwender

Mobil Mit dem Z710i Klapp-Handy orientiert sich Sony Ericsson an den Ansprüchen von Busi-

Bei Bedarf kann dieser auf 1 GB erweitert werden. Schnappschüsse in guter Qualität gelingen mit der Zwei-Megapixel-Kamera. Diese und auch Videos können mittels MMS oder Bluetooth mit anderen Handys getauscht werden. Das Z710i ist voraussichtlich ab dem dritten Quartal erhältlich.

Mit A2DP (Bluetooth-Übertragung in Stereo) können schnurlose Stereo-Kopfhörer angeschlossen werden. Im Lieferumfang enthalten ist ein 64 MB-Memory Stick Micro.

Gigaset SL75 WLAN läßt sich direkt am WLAN-Router anmelden

www Für alle, die mit ihrem WLAN-Router nicht nur im Internet surfen, sondern jetzt auch über das Internet telefonieren wollen, bringt Siemens Home and Office Communication Devices mit dem Gigaset SL75 WLAN ein Handset in den Handel, das sich



direkt an den WLAN-Router anmelden läßt. Auf elegantes Design und gehobenen Komfort muß der Nutzer nach Meinung des Herstellers bei dem neuen schnurlosen VoIP-Telefon genauso wenig verzichten wie auf ausreichende Sicherheit durch WPA-Verschlüsselung. Mit dem Gigaset SL75 WLAN nutzt man die preisgünstige Internet-Telefonie in bester digitaler Klangqualität. Das WLAN-Telefon verbindet sich dafür drahtlos über Wireless LAN (802.11g-Standard) mit einem WLAN-Router, der wiederum den Kontakt zum Internet herstellt. Die Konfiguration des Gigaset SL75 WLAN erfolgt über ein Web-Interface mit dem PC oder am Handset selbst. Dazu wird einfach der entsprechende Provider im Menü ausgewählt und die Benutzerdaten eingetragen. Ist man

bereits bei einem Provider für VoIP registriert, kann der Dienst auch an anderen Orten schnell genutzt werden. Für den Einsatz an mehreren offenen „Hotspots“ speichert das WLAN-Mobilteil die jeweiligen Profile. Softwareupdates lassen sich über voreingestellte Webseiten direkt aufspielen. Ein wichtiges Sicherheitsmerkmal ist die Verschlüsselungsmöglichkeit über WPA (Wifi Protected Access), die Internettelefonate abhörsicher macht. Das Gigaset SL75 eignet sich nicht nur für Telefonate über die Internetleitung, sondern auch zum Empfangen und Senden von E-Mails oder Instant-Messaging-Diensten. Bildanhänge, wie zum Beispiel JPEG-Dateien, können auf dem Farbdisplay (128 x 128 Pixel) betrachtet werden. Spontan Eindrücke festhalten, ist mit der eingebauten Kamera ganz einfach, und wer möchte, versendet das Bild dann gleich über das Internet. Das Telefonbuch des Gigaset SL75 WLAN bietet Platz für 200 Einträge mit Namen, Nummer, Postadresse, SIP-URL, IP-Adresse und E-Mail. Gespeicherten Adressen kann man auch einen der zahlreichen polyphonen Klingeltöne zuweisen. Dazu lassen sich weitere Klingeltöne auf das Telefon laden. Der Abgleich der Telefonbuch-Daten mit dem PC erfolgt ebenfalls kabellos über WLAN. Die mitgelieferte Software ermöglicht das Bearbeiten der Daten auf dem PC. Das Gigaset SL75 ist ab sofort zu haben.

Gigaset S450 Y bietet Funktionen des „Yahoo! Messenger mit Voice“

www Das Gigaset-Schnurlostelefon S450 Y von Siemens bietet jetzt auch die VoIP-Funktionen des „Yahoo! Messenger mit Voice“. Dank der Kombination aus dem Siemens-Schnurlostelefon, dem USB-Adapter Gigaset M34 und „Yahoo! Messenger mit Voice“ kann der Benutzer jetzt mit anderen Yahoo!-Nutzern im Internet kostenlos telefonieren. Gespräche ins

Neue Agfeo DECT System-Handy-Lösungen

Mobil Ab sofort stehen dem Handel zwei neue Agfeo Schnurlos-Systemtelefonie-Lösungen zur Verfügung. Basierend auf der komplett neu entwickelten Agfeo DECT S₀-Basis plus hat der Anwender die Möglichkeit, zwischen dem bunten, polyphonen Agfeo DECT 40 und dem überarbeiteten systemorientierten Agfeo DECT 30 Handteil zu wählen. Das Agfeo DECT 40 verbindet die farbige und melodische Welt der mobilen Telefonie mit einer guten Portion Systemkomfort von Agfeo wie zentrales Telefonbuch, Anrufliste und Funktionstasten. Freisprechen und Laut hören, ein visueller und akustischer Terminmanager, zahlreiche vorgegebene Klingelmelodien plus individuelle selbstverstandlich wie die Infrarotdaten-Austauschmöglichkeit von Agfeo DECT 40 zu Agfeo DECT 40 bzw. Mobilfunkhandy oder Notebook. Zeitloses Design und maximale Systemtelefoneigenschaften, gepaart mit hoher Klangqualität, sind die Attribute des Agfeo DECT 30. Seine Bedienoberfläche ist mit der bewährten Funktionalität der schnurgebundenen Agfeo Systemtelefone identisch und bietet optimalen Handlingskomfort. Hierzu zählen unter anderem Komfortmerkmale wie eine Statusanzeige (sehen, wer gerade telefoniert) und die Signalisierung von Einträgen in der Anrufliste. Ein Headset-Anschluß, Vibrationsalarm und eine updatefähige Geräte-Software sind ebenso Ausstattungsmerkmale des Agfeo DECT 30 wie die automatische Rufumleitung vom normalen Telefon aufs DECT System-Handy, sobald dieses aus

seiner Ladeschale entnommen wird. Nachrichten auf dem Anruftbeantworter eines Agfeo Systemtelefons werden im Display des DECT 30 signalisiert und können abgerufen werden. Beide Geräte arbeiten gemeinsam an der neu entwickelten DECT S₀-Basis plus. Diese ist ein externes DECT Sende- und Empfangsteil mit hervorragender Reichweite. Sie wird am internen S₀-Anschluß der Agfeo Telefonanlage betrieben, und bei Bedarf ist auch Repeaterbetrieb möglich.

Software-Release 5 für tiptel 30xx-Familie

Mobil Mit dem neuen Software-Release 5 bringt tiptel AG ihre Kompetenz für Voice- und Call-Management in die TK-Anlagen-Familie tiptel 30xx ein. Das Ergebnis ist eine sehr effiziente Kommunikationsbasis für kleine Unternehmen: Neben einer ACD-Gruppenfunktion sowie einem integrierten Least-Cost-Router bietet besonders das neue VCM-Modul flexible und in diesem Segment laut Hersteller einzigartige Möglichkeiten zur automatischen Vermittlung von Anrufen sowie zur Sprachspeicherung. Zusätzlich können die Mitarbeiter durch CTI-Anwendungen unterstützt werden, für die nun ein netzwerkfähiger TSPI-Treiber zur Verfügung steht. Durch optionale Komponenten bietet die tiptel 30xx-Familie modernsten, maßgeschneiderten Telefonie-Komfort. Ausgerüstet mit zwei (tiptel 3011 system/office) bzw. vier (tiptel 3022 system/office) ISDN-Anschlüssen, acht analogen Nebenstellen und einer modularen Erweiterungsmöglichkeit für vier weitere S₀-Anschlüsse, sind sie optimal geeignet für Unternehmen mit bis zu 22 Mitarbeitern.

Verwandten in aller Welt muß der Benutzer dann die neueste Version von „Yahoo! Messenger mit Voice“ von der Website herunterladen. Dann wählt er die gewünschte Nummer. Im S450-Y-Paket inbegriffen sind 250 Freiminuten für den „Yahoo! Phone Out Service“, der für Verbindungen zu Festnetz- und Mobiltelefonanschlüssen genutzt werden kann. Verbindungen mit Phone Out zu Festnetzanschlüssen in Europa kosten 1,2 Eurocent pro Minute. Kunden mit



Flatrate-DSL-Anschluß können zudem innerhalb der aus mehreren Millionen Benutzern bestehenden Community von „Yahoo! Messenger mit Voice“ weltweit kostenlose Telefongespräche über das Internet führen. Das neue Gigaset S450 Y mit „Yahoo! Messenger mit Voice“ ist ein Hybridtelefon, mit dem man normale Festnetzgespräche zusätzlich zu VoIP-Gesprächen auf Knopfdruck führen kann. Das Gerät bietet nach Aussage des Herstellers eine überlegene Sprachqualität, ein elegantes Design und die Komfortmerkmale, die der Kunde von Gigaset-Telefonen erwartet. Das silberfarbene Telefon weist unter anderem eine Lautsprech- und Babyphon-Funktion, einen Standard-Kopfhöreranschluß und die Möglichkeit zur Speicherung von bis zu 150 Kontakten auf.

„Watcha“ läutet das Zeitalter des Handy-TVs ein

Ende Mai hat die öffentliche Ausstrahlung des mobilen Fernsehangebots „watcha“ begonnen. Damit begann ein neues Zeitalter für den Mobilfunk und für die Verbreitung von Fernsehprogrammen: Fernsehen wurde mobil und das Handy wurde zum TV-Empfänger.

Mit mobilem Fernsehen im DMB-Standard, das den Sendebetrieb zunächst in Berlin, Köln, Frankfurt, München und Stuttgart, danach auch in Hamburg, Hannover und Gelsenkirchen, mit vier Fernsehprogrammen aufgenommen hat, werden die Beschränkungen der Mobilfunknetze in der Fernsehübertragung überwunden. Die erfolgreichsten Comedy-Formate

von ProSieben und Sat1, ein von MTV zusammengestellter Musikkanal und das volle Programm des Nachrichtensenders N24 und des ZDF inklusive der dort übertragenen Spiele der Fußball-Weltmeisterschaft kommen in bislang unerreichter Bildqualität und ohne Beschränkung bei der Nutzerzahl auf die Handys. Im Herbst werden zusätzlich große Teile des Ruhrgebiets, Saarbrücken und Leipzig versorgt, und bereits 2007 sollen die Gebiete mit DMB-Versorgung rund 75 Prozent der deutschen Bevölkerung abdecken. Bis 2010 ist ein nahezu flächendeckender Ausbau geplant.

„Fernsehen macht Spaß. Und was Spaß macht, sollte nicht nur zu Hause stattfinden“, meinte debitel-Vorstandsvorsitzender Paul A. Stodden. „Egal, ob man auf das

Flugzeug oder den Bus wartet: Künftig hat man sein Fernsehgerät immer dabei, kann sich jederzeit unterhalten und informieren lassen.“ debitel bot das watcha-Angebot zum Start als einziger Partner des Plattformbetreibers Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH an. Die TV-Option gibt es bei debitel ab 9,95 Euro im Monat als Flatrate. Das DMB-fähige Handy SGH-P900 von Samsung kostet bei Abschluß eines Mobilfunkvertrags 199 Euro, die Verträge gibt es für alle vier deutschen Mobilfunknetze.

„debitel bietet seinen Kunden mobiles Fernsehen im DMB-Standard an, weil derzeit keine andere Technik das Fernseherlebnis so perfekt auf das Handy bringt“, sagte Stodden. „Als Europas größter Serviceprovider nutzen



Mit dem watcha-Angebot von debitel können Kunden jetzt in den Empfangsgebieten überall auf mehrere mobile Fernsehprogramme zurückgreifen.

wir unsere Unabhängigkeit dazu, die besten verfügbaren Angebote und Technologien zu attraktiven und kundenfreundlichen Angebotsmodellen zusammenzuführen.“ Handy-TV sei ein wichtiger Schritt in der Entwicklung der Mobiltelefone zur persönlichen Entertainment- und Informationszentrale. „Dieses Endgerät füllen

wir mit Inhalten – jetzt mit TV-Programmen, demnächst mit einem Musikangebot und mit einem Modell zur mobilen Web-Nutzung. Bei allen diesen Angeboten verwirklichen wir den debitel-Anspruch, neue Maßstäbe in Bedienungsfreundlichkeit und Kundenorientierung zu setzen“, führte Stodden aus.

E-Plus, O₂, T-Mobile und Vodafone setzen auf DVB-H Technik

Auch E-Plus, O₂, T-Mobile und Vodafone wollen gemeinsam die Entwicklung von Handy-TV vorantreiben und setzen dabei auf die DVB-H Technik (Digital Video Broadcasting for Handhelds). Diese ermöglicht bereits heute die Ausstrahlung von TV- und Radioprogrammen auf 16 Kanälen.

In einer Live-Präsentation können sich derzeit ausgewählte Nutzer von der Leistungsfähigkeit der Technik überzeugen. Das Pilotprojekt läuft bis zum 31. August in Berlin, Hamburg und Hannover, in München bis zum 31. Juli. Für eine effiziente Frequenznutzung und die rasche Erschließung des Mobile-TV Marktes planen E-Plus, O₂, T-Mobile und Vodafone den Aufbau eines Betreiberkonsortiums.

Als Ergänzung zu den bereits bestehenden Übertragungsmöglichkeiten für Bewegtbilder auf mobile Geräte, die den UMTS-Standard unterstützen, ist zur Erschließung eines Handy-TV Massenmarktes der Einsatz einer Broadcast Technologie technisch und ökonomisch erforderlich, die ohne Kapazitätsrestriktionen eine beliebig große Anzahl an Empfangsgeräten mit Signalen versorgen kann. Die für die mobile Verbreitung von TV-Programmen aus Sicht der Netzbetreiber am besten

geeignete Broadcast-Technologie ist DVB-H. Diese Technik sei im Gegensatz zum sogenannten Überall-Fernsehen DVB-T für die Übertragung von Bewegtbildern zu Mobilfunkgeräten optimiert, hieß es in einer Pressemitteilung. DVB-H bietet die Möglichkeit, zukünftig bis zu 40 Programme an unbegrenzt viele Handynutzer auszustrahlen und ihnen gleichzeitig zusätzliche Services in hoher Qualität zu bieten. Die Datenrate bei DVB-H ist der Darstellung auf den Handydisplays und der optimalen Nutzung der verfügbaren Akku-Leistung angepaßt. Die DVB-H Funktechnik ist heute bereits verfügbar und wird beispielsweise derzeit in Italien eingeführt. Durch die Verknüpfung von DVB-H mit dem Mobilfunknetz als „Rückkanal“ wird es schon bald möglich sein, neue interaktive Programmformate umzusetzen und Zusatzinformationen zu einer Sendung bereitzustellen. Die optimale Verzahnung mit GPRS/UMTS-basierten Anwendungen schafft zusätzlichen Mehrwert für den Kunden. DVB-H wird von allen führenden Endgeräteherstellern unterstützt: Benq-Siemens, Motorola, Nokia, Sagem und Samsung bieten schon bald erste Mobiltelefone mit integriertem DVB-H Empfang an.

Mobiles Fernsehen wird zum Wachstumstreiber in Deutschland

Mobiles Fernsehen wird durch Kundenorientierung sowie die Unabhängigkeit von Netzen und Technologien zum künftigen Wachstumstreiber in Deutschland. Darin waren sich Anfang Juni die Teilnehmer der D21-Innovationswerkstatt zum Thema „Mobile TV – Revolution der Medien- und TK-Branche“ im Bundeswirtschaftsministerium einig.

Als nationale Chance betrachtete Dr. Alexander Tettenborn (Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie) den Markt ums Fernsehen im Taschenformat: Der momentane „Babymarkt“ werde rasch wachsen, insbesondere als Zusatzgeschäft für Telekommunikationsanbieter, prognostizierte Tettenborn. Nach Einschätzung des Marktforschungsunternehmens Informa Telecoms & Media soll in Deutschland bereits im Jahr 2006 etwa 300 Millionen Euro Umsatz mit Handy-Video-Angeboten erzielt werden, im Jahr 2010 soll mobiles Fernsehen laut einer Studie von Goldmedia bereits 450 Millionen Euro einspielen. Die Voraussetzung hierfür sei eine rasche Einigung bei der Frequenzvergabe, so Tettenborn.

Eine weitere Voraussetzung sei die Klärung der Frage von Standards wie DVB-H, DMB oder UMTS, so Dr. Hans Hege (Direktor der Landesmedienanstalt Berlin Brandenburg). Hier sei ein Wettbewerb parallel existierender Standards anzustreben, denn letztlich zähle aus Sicht der Fernsehzuschauer nicht der technologische Standard, sondern der Inhalt. Wachstumsvoraussetzung seien daher einfach zu bedienende Handys, die nicht auf ein Übertragungssystem fixiert sind und mindestens dreimal so viele Fernsehprogramme wie derzeit zeigen könnten.

„Die Unabhängigkeit von Netzen und Technologien ist zusammen mit einer konsequenten Kundenorientierung

der stärkste Wachstumstreiber“, pflichtete debitel-Kundenvorstand Dr. Christian Friege bei. Hohe Bild- und Tonqualität, einfache Bedienung, transparente Preismodelle und attraktive Programminhalte würden letztlich den Erfolg des Handy-Fernsehens bestimmen. „Fernsehinhalte wie die Fußball-WM werden nur der Anfang sein. Mobile Datendienste für die Freizeit wie Musik und Spiele sind auf dem Vormarsch – ebenso wie Dienste rund um Navigation und Gesundheit.“ In Korea sehen beispielsweise bereits über eine Million Menschen Mobile TV, und das täglich durchschnittlich 67 Minuten. Laut Dr. Anthony Park (Director Business Development bei Samsung Telcommunication Europe) seien bei den koreanischen Handy-Fernsehinhalten aktuelle Nachrichten, Sport, Musik-TV und vor allem bekannte Serien beliebt. Friege setzt für das Zusammenspiel von Inhalten und Technologie auf die Zusammenarbeit mit anderen Anbietern: „Wir erleben neue Kooperationen zwischen Telekommunikations- und Medienunternehmen, um den Kunden Endgeräte, Übertragung und Inhalte aus einer Hand zu bieten.“

Den Kooperationsbedarf unterstrich auch die anschließende Diskussionsrunde mit Vertretern von Nokia, Vodafone, Samsung, RTL Interactive und der Mobiles Fernsehen Deutschland GmbH. Nur mit enger Zusammenarbeit werde sich die „Glötze to go“ in Deutschland rasch durchsetzen, so ihr Fazit.

Die Innovationswerkstatt Mobile Gesellschaft ist eine von der Initiative D21 initiierte Veranstaltungsreihe der D21-Lenkungsgruppe Wachstum und Wettbewerbsfähigkeit unter der Leitung von Paul Stodden (Vorstandsvorsitzender debitel AG) und Dr. Bernd Pfaffenbach (Staatssekretär im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie).

Bose verbindet Spitzenklang und Lifestyle

Mit dem Lifestyle RoomMate Powered Speaker System ermöglicht Bose perfekten Sound in jedem Raum. Der kompakte Single Unit-Lautsprecher läßt sich per Bose-Link mit allen neueren Lifestyle Systemen einsetzen.

Die Produktfamilie Bose Lifestyle Home Entertainment Systems gibt es unter den Modellbezeichnungen 18, 28, 38 und 48. Alle Systeme bestehen aus einem eleganten Media Center mit integriertem DVD/CD-Player und einem UKW/MW Tuner. Das Einstiegsmodell Lifestyle 18 wird mit fünf faust-



Die aktuellen Bose Lifestyle Systeme gibt es in vier verschiedenen Modell-Varianten, die sich durch verschiedene Cube Speaker Varianten unterscheiden. Alle Systeme bestehen aus einem formschönen Media Center mit integriertem DVD/CD-Player und einem UKW/MW Tuner.

großen Single Cube Speakern geliefert. Die Lifestyle Systeme 28 und 38 besitzen fünf doppelte, kaum handhohe Cube Speaker, und das HighEnd System Lifestyle 48 hat die noch kleineren und noch leistungsstärkeren Cube Speaker.

Das Room Powered Speaker System wird alternativ mit dem Personal Music Center II oder der RC 18-S Radiofrequenz-Fernbedienung geliefert. Bei Nutzung mit dem Lifestyle 48 oder 38 Home Entertainment System zeigt das Display auf dem Personal Music Center II dem Anwender alle wichtigen Systeminformationen wie etwa Programmwahl, CD-Track, Lautstärke sowie Titel, Genre und Interpret an. Alternativ kann beim Einsatz des Lifestyle 28 oder Lifestyle 18 Home Entertainment Systems auch die Radiofrequenz-Fernbedienung RC 18-S die Steuerung des Systems übernehmen.

Das RoomMate Powered Speaker System erlaubt auch den Anschluß zusätzlicher, separater Klangquellen wie CD-Player oder TV im jeweiligen Raum, und es verfügt



Boses Lifestyle RoomMate Powered Speaker System läßt sich mit allen neueren Bose Lifestyle Systemen kombinieren. Somit bietet sich eine praktische Erweiterung des Lifestyle Systems auf andere Wohnbereiche.

über eine integrierte Mute-Funktion. Das System ist kompatibel mit dem AL8 Homewide Wireless Audio Link, und somit ist eine kabellose Verbindung zum Lifestyle Media Center im Hauptraum herzustellen. Es wird dann einfach per Plug 'n Play an einen AR1-Empfänger angeschlossen. Das Lifestyle RoomMate System verfügt über innovative und patentierte Lautsprecher-Technologien und sorgt so für die naturgetreue und auch im Baßbereich kraftvolle Klangwiedergabe. Die Lautsprecher sind magnetisch abgeschirmt und können somit auch in direkter Bildschirmnähe plaziert werden.

Kabellos unkompliziert

Mit dem AL8 Homewide Wireless Audio Link ermöglicht Bose die kabellose Übertragung der Audio- und Steuerungssignale eines Lifestyle Systems in weitere Räume – drahtlos und ganz einfach auf Knopfdruck. Das AL8-System ist mit einem Sender und Empfänger (AR) für eine Signalübertragung von Raum zu Raum ausgestattet. Der Anschluß an eines der Lifestyle Systeme ist ganz unkompliziert. Die AL8 Sendeeinheit wird in einem Hauptraum mit einem Kabel an das Lifestyle Media Center angeschlossen, das Netzkabel wird in die Steckdose gesteckt. Der AR1 Empfänger wird in einem ausgewählten, weiteren Hörraum an BoseLink-fähige Lautsprecher angeschlossen. Es wird nun einfach nur noch das Netzkabel des AR1 Empfängers in die Steckdose gesteckt und fertig ist die kabellose Multiroom-Installation. Der Anwender kann dabei unabhängig zwischen zwei Klangquellen vom gleichen Lifestyle Media Center

wählen. Dabei kann in einem Raum beispielsweise das Radioprogramm gehört werden, während im Hauptraum ein Film von DVD angeschaut wird. Es werden zwei unabhängige Audio Streams vom Lifestyle System zu den BoseLink-fähigen Lautsprechern bzw. Systemen, die mit dem AR1-Receiver im jeweiligen Raum verbunden sind, übertragen.

Der Schlüssel dieser kabellosen Multiroom-Lösung ist die patentierte Free Field Technologie. Sie erlaubt die effektive, verzerrungs- und unterbrechungsfreie Übertragung aller Audiosignale, ohne Interferenzen mit schnurlosen Telefonen, Wireless LAN-Verbindungen und anderen funkgesteuerten Geräten. Die sogenannten „Latenzzeiten“, also die unerwünschten Echo-Effekte aufgrund der Zeitunterschiede zwischen Sender- und Empfängersignal, werden extrem minimiert und bleiben unhörbar. Bei Systemerweiterungen auf mehrere Räume können bis zu sieben weitere, separat erhältliche AR1-Empfänger ergänzt werden. *miz*

Neuheiten

JVC mit neuem Everio Modell

JVC bringt mit der GZ-MG505 ein neues Modell der Everio-G-Serie auf den Markt. Der Festplatten-Camcorder ist nicht nur mit einer 30-Gigabyte-Festplatte bestückt, sondern schießt neben MPEG-2-Videos auch noch Fotos mit 5-Megapixel-Auflösung. Die „3CCD-5Megapixel-



Technology“ des GZ-MG505 garantiert Farbreinheit und optimale Lichtausbeute dank eines hochpräzisen optischen Prismas, das das Licht direkt auf die CCDs projiziert. Das speziell für den Fotobereich entwickelte „Pixel-Shift“-Verfahren verdoppelt den Wert der Pixelanzahl eines CCDs. Alle drei CCDs zusammen können damit rund 5 Millionen Pixel Auflösung (2.560 x 1.920) darstellen. Mit integriertem F1.8 Objektiv und 10fach optischem Zoomobjektiv sowie 300fach digitaler Zoomfunktion sind Tausende von Bildern in bester Qualität garantiert und Profis wie Einsteiger gleichermaßen überzeugt. Genau wie bei den Geschwistermodellen werden die schönsten Momente auf einer integrierten Festplatte gespeichert, die mit einer Größe von 30 Gigabyte viel Speicherplatz bietet. Trotz immenser Speicherkapazität ist der Camcorder sehr leicht. Mit nur 510 Gramm und im formschönen Design paßt das Gerät in jede Tasche. Ganz im Trend der letzten Festplatten-Modelle präsentiert sich auch der neue GZ-MG505 mit 2,7 Zoll ausklappbarem 16:9 LC-Display und vollwertiger Breitbild-Aufnahme. Sollte die Festplatte

TechniCAM CW und MultiCrypt 1 CI Modul von TechniSat



Der neue Inhaber der Fußball-Bundesliga Live-Übertragungsrechte arena strahlt die Spiele der Fußball-Bundesliga ab der Saison 06/07 flächendeckend live über Satellit Astra 19,2° Ost ab. Verschlüsselt wird dabei in CryptoWorks. Die TechniSat Digital GmbH bietet hierfür eine einfache und komfortable Lösung an. Es sind bereits viele digitale Sat-Receiver mit einem Common Interface Schacht (CI-Schnittstelle) in deutschen Haushalten vorhanden. Diese Receiver können über die CI-Schnittstelle mit einem passenden Entschlüsselungsmodul für den Empfang von Pay-TV nachgerüstet werden. Die TechniSat Digital GmbH produziert seit längerem neben Set-Top-Boxen mit integriertem CryptoWorks-Kartenleser auch CryptoWorks-Module. Für Anwender, die Programminhalte von arena also auf diese Weise empfangen möchten, eignen sich das TechniCAM CW oder das MultiCrypt 1 CI Modul von TechniSat. Das TechniCAM CW unterstützt das Verschlüsselungssystem CryptoWorks und ermöglicht somit in Verbindung mit einer arena SmartCard den Empfang der Live-Spiele der Fußball-Bundesliga. Der empfohlene Verkaufspreis für das TechniCAM CW lautet 59,99 Euro. Das neue MultiCrypt Modul von TechniSat kann mit Conax und CryptoWorks beide Verschlüsselungssysteme verarbeiten und ist damit ideal für alle Anwender, die Conax und CryptoWorks empfangen (zum Beispiel TechniSat-Radio Bouquet und arena Fußball-Bundesliga) oder einfach noch flexibler sein möchten. Die UVP für das MultiCrypt 1 CI Modul beträgt 75,99 Euro.

des als 16:9 ausgelegten Camcorders tatsächlich irgendwann voll sein, ist auch das kein Problem. Ohne lästigen Umweg über den PC brennt der externe Standalone DVD-Brenner, die optional erhältliche Everio Share Station CU-VD 10, als ideale Ergänzung zur Festplatten-Camcorder-Serie, das Film- und Bildmaterial auf normale 12 cm DVDs. Die unverbindliche Preisempfehlung für den ab Ende Juni 2006 lieferbaren GZ-MG505 beträgt 1.399 Euro (inkl. MwSt.).

Sonys erste digitale Spiegelreflexkamera



Mit Spannung wurde der Einstieg von Sony in den Markt der Digital-Spiegelreflexkameras erwartet. Das erste Modell hat die Bezeichnung alpha 100. Mit der alpha 100 bekommen Fotografen eine D-SLR an die Hand, die viel kreativen Spielraum, aber auch die nötige technologische Sicherheit für spontane Aufnahmen bietet. Herzstücke der Kamera sind

der 10-Megapixel-CCD im APS-C Format, der „Bionz Image Prozessor“, der ins Gehäuse integrierte Bildstabilisator „Super Steady Shot“ und die „Anti-Dust“ Technologie. Der in der alpha 100 verwendete 10-Megapixel-CCD im APS-C Format (23,6 x 15,8 mm) bietet eine Auflösung, die auch großformatige Abzüge in bester Qualität zuläßt. Zudem minimiert der Sensor das Rauschen auch bei schlechten Lichtverhältnissen. Für verwacklungsfreie Bilder sorgt der in das Gehäuse integrierte Bildstabilisator „Super Steady Shot“. Je nach Aufnahmesituation können bis zu 3,5 Zeitstufen längere Belichtungszeiten gewonnen werden. So gelingen mit dem „Super Steady Shot“ verwacklungsfreie Aufnahmen,



ohne daß auf einen Blitz, ein Stativ oder höhere ISO-Einstellungen zurückgegriffen werden muß. Entscheidenden Einfluß auf die Bildqualität haben aber natürlich auch die verwendeten Objektive. Für die alpha 100 werden 21 hochwertige Objektive von Carl Zeiss und Sony angeboten. Die traditionsreiche Objektivschmiede Carl Zeiss hat mit dem Vario-SonnarT* 16-80 mm, dem Planar T* 85 mm und dem Sonnar T* 135 mm gleich drei Premium-Objektive für die neue Sony-Kamera entwickelt. Außerdem werden drei hochwertige Sony G Objektive und 15 weitere leistungsfähige Sony Objektive angeboten. Schnelligkeit beim Fotografieren ist sehr wichtig, um bei Schnappschüssen oder sich schnell bewegenden Motiven reagieren zu können. Damit mit der alpha 100 kein Motiv mehr verpaßt wird, verfügt die neue Sony D-SLR über

einen Autofokus, der sich bereits aktiviert, sobald man sich mit dem Auge dem Sucher nähert. Üblicherweise muß zunächst der Auslöser leicht angedrückt werden, damit sich der Autofokus scharf stellt. Dies dauert manchmal zu lange, und der anvisierte Schnappschuß wird verpaßt oder die Aufnahme wird unscharf. Das 2,5 Zoll große Display (6,3 cm) ist mit seiner Auflösung von 230.000 Pixeln ideal, um die Bilder nach der Aufnahme direkt zu begutachten. Weitere Informationen wie das Histogramm oder zusätzliche Aufnahmeinformationen lassen sich problemlos ablesen. Die alpha 100 ist ab Mitte Juli lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 900 Euro. Mit 18-70 mm Objektiv lautet die UVP 1.000 Euro und mit Objektiven von 18-70 mm und 75-300 mm im Lieferumfang soll die Kamera ca. 1.200 Euro kosten.

Philips stellt Blu-Ray Disc-Laufwerk und -Medien für HD-Inhalte vor



Philips präsentierte auf der Computex in Taiwan sein erstes Blu-Ray Produkt: Der TripleWriter (SPD7000) ist ein All-in-One PC-Brenner, der ab dem Spätsommer 2006 verfügbar sein wird. Der Philips TripleWriter bietet 2faches Lesen und Schreiben (72 MB/Sekunde kontinuierliche Datenrate) für alle BD-ROM-, BD-R- und BD-RE-Medien. Das Laufwerk liest und beschreibt darüber hinaus eine Vielzahl von bekannten Formaten, darunter CD-ROM, CD-R, CD-RW, DVD-ROM, DVD+R DL, DVD-R, DVD-R DL, DVD+RW und DVD-RW. Ergänzend zur Einführung seines ersten Blu-Ray Disc Hardware-Produkts bringt Philips robuste und problemlos einsetzbare Blu-Ray Disc-Rohlinge auf den Markt: Die BD-R- und BD-RE-Discs sind jeweils mit 25 GB (single layer) und 50 GB (dual layer) erhältlich. Diese Discs verfügen über eine neuartige Schutzschicht, die auf einer weiterentwickelten Hard Coating-Technologie basiert. Durch die Schicht sind die Medien unempfindlicher als etwa CDs oder DVDs, sie schützt vor Fingerabdrücken sowie Kratzern und erleichtert zudem die Reinigung der Disc. Mit den neuen Philips Blu-Ray Produkten können Konsumenten jetzt auf einfache Weise Blu-Ray Discs erstellen und wiedergeben. Blu-Ray Discs sind ideal geeignet für die Wiedergabe von High Definition (HD)-Inhalten oder um große Datenmengen – beispielsweise Bilder, Musik und Videos – zu archivieren. Für die einfache Bedienung des Blu-Ray Brenners sorgt dabei die mitgelieferte Nero 7 Essential Digital Media Software. Blu-Ray ist die Plattform der nächsten Generation für die HD-Wiedergabe von Videoinhalten und wird auch von den meisten großen Filmstudios und anderen Content-Anbietern unterstützt. Darüber hinaus ist Blu-Ray auch das kommende HD-Format für PC-Plattformen.

Anga Cable in Köln

Kontinuierliches Wachstum

Die diesjährige Kongreßmesse rund um das Thema Kabel, Satellit und Multimedia – Anga Cable – hat vom 30. Mai bis 1. Juni stattgefunden. 308 Anbieter aus 28 Ländern präsentierten sich auf 20.000 qm Brutto-Ausstellungsfläche. Rund 9.400 Besucher konnte die Anga Cable verzeichnen.

Das kontinuierliche Wachstum der Anga Cable konnte, laut Aussagen des Veranstalters, sowohl auf der Aussteller- als auch auf der Besucherseite kontinuierlich weiter fortgesetzt werden. „Die Anga Cable hat einmal mehr gezeigt, daß Industrie und Netzbetreiber ihre Hausaufgaben gemacht haben“, so Thomas Braun, Präsident der Anga Cable. „Die technischen Voraussetzungen für digitale Angebote wie HDTV, Video-on-Demand oder Voice over IP sind geschaffen. Die Messe hat gezeigt, daß die Kabelbranche die Herausforderung der sogenannten Triple Play aus Fernsehen, Internet und Telefonie angenommen hat. Jetzt werden wir unseren Marktanteil gegenüber den Telefon- und DSL-Anbietern zügig ausbauen.“

Die dreitägige Ausstellung und der Fachkongreß befaßten sich mit der gesamten Übertragungs-

kette für DVB-, HDTV- und IP-basierte Telekommunikationsdienste. Vorgestellt wurden unter anderem Technologien, mit denen HDTV-Satelliten-Signale in Kabelnetze eingespeist werden können, sowie IP-Anwendungen über Kabelnetze und die hierfür notwendigen Next Generation Networks (NGN), bei denen Zuführungsarten variabel genutzt werden können. Von der brillanten Qualität des hochauflösenden Fernsehens (HDTV) über Kabel konnten sich die Besucher in einer Sonderschau im Foyer überzeugen. Die über Satellit zugeführten Signale wurden dort in eine DVB-S2-Kopfstation eingespeist und mit einem Kabelreceiver empfangen. Bei vielen ausstellenden Unternehmen fanden die Besucher ein breites Angebot an Komponenten für die HDTV-Übertragung. Außerdem zeigten zahlreiche Aussteller eine neue Gerätegeneration an Receivern und Personal Video Recordern für den Empfang über Kabel, Satellit und Technik, die dank neuer Features sehr anwendungsfreundlich sind.

Eröffnet wurde die diesjährige Anga Cable von Gerold Reichle, Ministerialdirigent im Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie, und von Anga-Präsident Thomas Braun. Reichle begrüßte die positive Entwicklung der Kabelbranche und ihre wich-



tige Funktion für die Weiterentwicklung der Breitbandversorgung in Deutschland. Die Bundesregierung unterstütze dies und arbeite aktiv daran, bestehende Hemmnisse im Breitbandmarkt zu beseitigen. Das Wirtschaftsministerium befasse sich derzeit intensiv mit der anstehenden Novelle des Urheberrechtsgesetzes. Sehr zufrieden mit der Ausstellung zeigte sich auch Herbert Strobel, Vorsitzender des Fachverbandes Satellit & Kabel im ZVEI (Zentralverband Elektrotech-

nik- und Elektroindustrie e. V.): „Die Anga Cable hat in Sachen Internationalität noch einmal zugelegt und damit die Rolle als

führende Fachmesse in Europa erneut ausgebaut.“

Die nächste Anga Cable findet vom 22. bis 24. Mai 2007 statt.

HDTV per Glasfaser: „Optical Wire Connection“ von Samsung

Mit der Verfügbarkeit hochauflösender Video-Programminhalte sowie der Hard- und Software für den Empfang, das Abspielen und Authoring von hochauflösenden Videos, entwickelt sich die Nachfrage nach Kabeln und Einrichtungen zur verlustfreien Übertragung hochauflösender, digitaler Video-Signale. Im häuslichen Bereich werden dafür zur Zeit vorwiegend HDMI-Kabel eingesetzt, die jedoch bereits bei Längen von 15 m qualitativ an ihre Grenzen stoßen. Verlegt man ein HDMI-Kabel, der Wandunterkante und den

Türrahmen folgend, durch einen Wohnraum normaler Größe, so kommen sehr schnell Kabellängen größer als 15 m zustande. Auch die zur Zeit verfügbaren WLAN-Verbindungen können die für HDTV-Signalübertragung erforderliche, hohe Bandbreite nicht garantieren. Die von Samsung auf der Anga Cable erstmalig vorgestellte „Optical Wire Connection“ wird den hohen Anforderungen mit 2,5 Gbps IR-Laser Übertragungsgeschwindigkeit und verlustfreier Übertragung bis zu 300 m Kabellänge spielend gerecht und stellt eine kostengünstige Lösung dar. Das leichte, sehr dünne, optische Kabel läßt sich sogar unter Teppichböden verlegen. Es wird an beiden Enden mit einem HDMI-Interface abgeschlossen und ist voll kompatibel zu den von der Industrie standardisierten Copy-Protection-Standards (z. B. HDCP). Anwendungsmöglichkeiten sind, neben der HD-tauglichen Verkabelung größerer privater Anwesen, HD-Video-signalübertragungen in Firmen und Geschäftsräumen, Messen, Kongreßräumen, Großbild-Projektionsflächen und Orte mit hohem Publikumsaufkommen, z. B. Bahnhöfe und Flughäfen. Preise und Zeitpunkt der Markteinführung sind noch nicht bekannt.



Humax auf der Anga Cable

Bei einem Besuch auf dem Humax Stand auf der Anga Cable sprach PoS-MAIL mit Franz Simais, dem Geschäftsführer der Humax Digital GmbH. Auf die Frage, welche Rolle der Fachhandel beim Abverkauf von Humax-Produkten spiele, erklärte Simais: „Die Kunden betreten den Fachhandel mit dem Wunsch nach einem zukunfts-sicheren Gerät, welches einfach zu bedienen ist, Spaß macht und für die nächsten Jahre funktionsfähig bleibt. Sie wünschen sich vom Händler detaillierte Informationen,

perfekte Beratung und schließlich das optimale Gerät für ihre Ansprüche. Sie wollen mit einem guten Gefühl nach Hause gehen. Humax schafft mit seinen Produkten dafür die Voraussetzung und unterstützt den Fachhandel aktiv bei der Umsetzung seiner Aufgaben. Die Zufriedenheit der Kunden ist es, worauf es letztendlich ankommt, und das erreichen wir nur durch die Fortsetzung der sehr guten Zusammenarbeit mit unseren Fachhandelspartnern.“ Zukunftssicherheit ist ebenfalls ein wichtiges Thema bei Humax: „Unser erklärtes Ziel ist es, eine Box für alle Ansprüche bereitzustellen. Der Kunde soll ein zukunfts-sicheres, einfach zu bedienendes Gerät zu einem vernünftigen Preis erhalten und anschließend Spaß am digitalen Fernsehen haben. Außerdem hat Humax mit dem LDE-HD32S eine neue Generation an Flachbildfernsehern initiiert, welche die Empfangstechnologie der bisherigen Set-top-Boxen bereits integriert hat. Fernsehen wird dank Humax-Technologie wieder nur aus einem Fernseher bestehen und den Zuschauern die Entscheidung leicht machen. Dieser Fernseher der Generation HDTV ist eine einfache, digitale Lösung – dafür steht Humax mit easy digital“, erklärt Franz Simais.



Pioneer Home Entertainment:

Mit den Modellen VSX-1016V und VSX-2016AV bringt Pioneer zwei neue Mehrkanal-Receiver mit optimalem Preis-/Leistungsverhältnis und zukunfts-sicherem Konzept auf den Markt. Beide Geräte sind mit einem HDMI-Switcher ausgestattet und ermöglichen den parallelen Anschluß mehrerer digitaler High Definition Signalquellen – eine Eigenschaft, die sich bei den Produkten der meisten Mitbewerber nur durch den Kauf eines Zusatzgeräts erzielen läßt. Auf externen Festplatten oder Speichersticks gespeicherte Videos und Bilder lassen sich über einen integrierten USB-Eingang wiedergeben. Die vollautomatische MCACC Klangfeld-Kalibrierung mit Meßmikrofon sorgt zusammen mit Pioneers patentierter Phasenkorrektur für den Ausgleich von Aufnahme- und DSP-Processing-Fehlern und garantiert exquisiten Mehrkanal-Klang.

Mehrkanal-Receiver und Medien Center

VSX-1016V/VSX-2016AV mit HDMI-Switcher und USB

Pioneers neue Mehrkanal-Receiver VSX-1016V und VSX-2016AV sind bereits für die High Definition-Zukunft konzipiert und verfügen über alle Eigenschaften einer leistungsfähigen Audio-Video-Schaltzentrale. Der HDMI-Umschalter, mit dem die beiden Kraftpakete ausgestattet sind, ermöglicht den Anschluß von zwei digitalen HDMI Video-Quellen für hochauflösendes Video-Programm-Material im 720p-, 1080p-, und 1080i HDTV-Format. Auf diese Weise kann dann auch z. B. ein DVD-Player oder DVD-Recorder und zugleich eine HDTV Set-Top-Box zur Wiedergabe angeschlos-

Die Pioneer Mehrkanal-Receiver

VSX-1016V/VSX-2016AV sind mit HDMI-Switcher zum Anschluß mehrerer HD-Signalquellen und USB-Eingang für Festplatten oder Speichersticks ausgestattet.



sen werden, wenn das zur Bildausgabe eingesetzte TV-Gerät nur über einen einzigen HDMI-Eingang verfügt, was bei den meisten HDTV-Geräten der Fall ist. Leistungsstarke 192 kHz/ 24-Bit D/A-Wandler sorgen für absolut präzise Klangreproduktion digitaler Audiosignale. Hochkomprimierte Musikformate wie MP3 oder WMA und analoge Audiosignale werden nicht nur mittels optimierter Equalizer Einstellungen aufgewertet, sondern durch einen „Sound Retriever“ völlig neu encodiert und auf Audio-CD Niveau extrapoliert. Audio-Dateien auf USB-Festplatten, Speichersticks oder

MP3 Playern lassen sich direkt über die Plug and Play USB-Schnittstelle auf der Vorderseite der beiden AV-Receiver abspielen.

THX Select 2 Zertifikat für höchste Ansprüche

Die beiden neuen Pioneer AV-Receiver werden auch im Audio-Bereich hohen Anforderungen gerecht und haben das THX Select 2 Zertifikat für höchste Ansprüche erhalten. Erstmals wird Pioneers patentierte Phasenkorrektur bei diesen Geräten auch in der Mittelklasse als audiophiles Ausstattungsmerkmal

zur Optimierung der Klangperformance eingesetzt. Der VSX-1016V arbeitet mit „Basic PHASE Control“, und im VSX-2016AV sorgt die „PHASE Control“ Vollversion mit noch aufwendigerer Filter-Technologie für eine störungsfreie und

homogene Wiedergabe der Audio-signale, die mit 7 x 150 Watt Leistung und vollautomatischer Klangfeld-Kalibrierung MCACC (Multi-Channel Acoustic Calibration System) am Ausgang zur Verfügung stehen. Die Decoder-Ausstattung ist mit DTS-ES Discrete 6.1, Dolby Digital EX und WMA9 Pro für HD DVD-ROMs und Video-on-Demand-Inhalte komplett. Für Musikliebhaber hält der VSX-2016AV ein noch umfangreicheres Ausstattungspaket bereit, unter anderem einen iPod-Direkt-eingang, einen 5.1-Kanal-Eingang für DVD-Audio und SACD sowie die neu entwickelte 3D-Kalibrierung „Advanced MCACC“, die sogar Nachhall-Effekte und Reflexionen im Raum berücksichtigt und kompensiert. Mit dem 9-Band-Equalizer des VSX-2016AV kann das Surround-Erlebnis manuell und individuell perfektioniert werden. Beide AV-Mehrkanal-Receiver werden mit einer lernfähigen Fernbedienung mit LC-Display ausgeliefert. Die UVPs betragen 699,- Euro für den VSX-1016V in den Farben Schwarz oder Silber und 999,- Euro für den VSX-2016AV mit Aluminium-Frontpanel und Silber-Design. *evo*



Die neuen RCS Heimkinosysteme Pioneer RCS-606H/RCS-404H besitzen DVD-Recorder mit 160 GB (80 GB) Festplatte, digitalen Mehrkanal-Receiver und zwei USB-Schnittstellen für Musik- und Video-Dateien oder Foto-Ausdruck ohne PC.

Hyundai erweitert Produktportfolio

Hyundai erweitert Produktportfolio

Die Piotrowski Consultant Ltd. hat neben dem Vertrieb von LCD- und Plasma-Fernsehern für die Hyundai Corporation Europe GmbH im April auch den Vertrieb für die Produkte der Hyundai Handelsgesellschaft mbH, Wien übernommen. Damit wird in Deutschland jetzt ein noch breiteres Produktportfolio der Marke Hyundai angeboten. Zum Sortiment im Bereich Consumer Electronics zählen LCD-TVs von 15 bis 42 Zoll und Plasma-TVs mit Bilddiagonalen von 42 bis 50 Zoll, DVD-Player und -recorder (eine neue Linie kommt zur IFA auf den Markt), HiFi- und Home Theatre-Systeme, MP3-Player sowie portable Audio-Player. Die Piotrowski Consultant Ltd. will Hyundai als Marke im deutschen Markt etablieren. Fünf erfahrene Handelsrepräsentanten stehen dem Handel mit Rat und Tat zur Seite.

rund 9,6 Millionen Haushalten größte deutsche Kabelnetzbetreiber Kabel Deutschland. Die Vereinbarung sieht vor, zunächst zwei Kanäle des drei Programme umfassenden HDTV-Angebots von Premiere einzuspeisen: Premiere Philips HD Sport und Premiere HD Film. Nach dem Vertrag mit der Kabel BW im letzten Jahr ist damit die Übertragung der Fußball-WM bei Premiere in HD in 14 Bundesländern im Kabel gesichert. Premiere ist der einzige Sender in Deutschland, der alle 64 Spiele der FIFA Fußball-WM live und in HD überträgt. In den nächsten Wochen können demnach Kabel-Haushalte, die von KDG versorgt werden, Fernsehen in einer neuen Dimension erleben. Bereits seit Ende Januar ist das HDTV-Angebot von Premiere über Satellit empfangbar. Über 20.000 Abonnenten haben sich seitdem für Premiere HD entschieden. Nach Verträgen mit der SES Astra Kabel Deutschland, Kabel BW, der ewt, der Primacom, der DNMG und mehreren kleinen Netzbetreibern können insgesamt über 75 Prozent aller TV-Haushalte in Deutschland das HDTV-Angebot von Premiere empfangen.

Thomson Connectivity – erfolgreich eigenständig

Mit der Marke Thomson sind bekanntlich seit einem Jahr zwei Vertriebsorganisationen mit getrennten Geschäftsfeldern und separaten Firmen am Markt: TTE mit

Schulungsschwerpunkt bei Samsung: Farbdarstellung bei neuen TV-Technologien

Nach erfolgreichem Abschluß der R7-Trainings-Attacke bereitet sich das Samsung Trainer-Team auf weitere Schulungen vor. Ziel ist es, das vertiefte Fachwissen nutzenorientiert und verständlich an die Fachhändler weiterzugeben. Thema der neuen Schulungskampagne: Neue Technologien der Farbdarstellungen. Aktueller Anlaß ist der im Juli geplante Launch der neuen LCD-Serie M7: Grundfarbe ist nicht gleich Grundfarbe. Die drei gängigen TV-Systeme PAL (EBU), NTSC (SMPTE-C) und HDTV weisen jeweils unterschiedliche Grundfarben aus. Um die verschiedenen Signale korrekt und qualitativ hochwertig darstellen zu können, muß ein TV-Gerät diverse Farbräume emulieren. Dieser Vorgang, der als „Colour-Matrixing“ bezeichnet wird, spielt bei der Farbqualität eine entscheidende Rolle – und stand bei der im Rahmen der HighEnd stattgefundenen Win-Team-Schulung im Zentrum. Mit den Schwerpunkten „Farbkorrektur“ und „Farbräume in der Videotechnik“ greift das Trainingsprogramm die Themen auf, die auch im Fokus der Entwickler standen. Nachdem die im März in die Märkte gebrachte R7-Serie vor allem durch ein durchdachtes Rundum-Design und bestechende Betrachtungswinkel überzeugt hat, geht es jetzt darum, eine der Videonorm konforme Wiedergabe der drei gängigen TV-Systeme PAL (EBU), NTSC (SMPTE-C) und HDTV zu ermöglichen. Die neue LCD-Generation von Samsung verfolgt ein ehrgeiziges Ziel: Eine Videowiedergabe, die nahezu der Qualität der Produktion entspricht. Um sicherzustellen, daß das Win-Team den Händlern bei technischen Fragen kompetent Rede und Antwort stehen kann, werden auch die Schulungsleiter regelmäßig geschult. Hollywoods Video-Spezialist Joe Kane, ausgewiesener Experte in Sachen elektronischer Bilddarstellung, nahm sich dieses komplexen Themas an und machte das Win-Team fit für das Thema Farbe. Schwerpunkte waren unter anderem die Technologie von „Colour Matrixing“, die dem von Samsung anvisierten Qualitätssprung im Bereich Farbdarstellung im LCD-Bereich zugrunde liegt. Joe Kane, der in Hollywood als Berater für die Industrie arbeitet, hat sich schon vor Jahren um die Qualität der bewegten Bilder verdient gemacht – als er maßgeblich zur Entwicklung des DVD-Formates beitrug. Samsung plant, das neue Schulungsprogramm im Vorfeld der Markteinführung des LE-40M71 im Juli durchzuführen. Der LE-40M71 ist der Auftakt einer neuen Serie von Farbfernsehern des koreanischen Elektronikkonzerns, die im Bereich Farbdarstellung Maßstäbe setzen soll.

dem Fernsehgeschäft und Thomson „Connectivity“ mit Audio/DVD, MP3, SAT und Zubehör. Gerd Weiner, als Geschäftsführer Thomson Sales verantwortlich für „Connectivity“ in Deutschland und Österreich, ist mit dem Abnabelungsprozess einstiger Gemeinsamkeiten hochzufrieden. „Wir erfreuen uns allerbesten Akzeptanz beim Handel“, sagt Weiner. Die Spezialisierung auf Connectivity-Produkte sei bei den Absatzpartnern sehr gut angekommen. „Der Erfolg gibt uns Recht. Wir haben unseren DVD-Anteil glatt verdoppelt und den Umsatz per Mai um nahezu 25 Prozent gesteigert.“ Das ist Anlaß dafür, die „Mannschaft zu verstärken“, sagt Gerd Weiner, vor allem „im weiter ausbaufähigen Zubehörbereich“. „Unser Auftritt mit eigenständiger Identität und entsprechender Strategie zahlt sich aus. Innovative Eigenentwicklungen attraktiver Produkte und hervorragende Testergebnisse sorgen für zügigen Durchverkauf im Handel.“ 2006 kommt „Connectivity“ mit mehr als 90 neuen Produkten auf den Markt, davon mehr als die Hälfte aus dem Bereich Audio/DVD.

Der Gesamtauftritt im Zubehörbereich wird „dynamisch ausgebaut“. Gerd Weiner blickt optimistisch in die Zukunft: „Wir freuen uns auf die IFA 2006. Sie wird eine veränderte Branchenlandschaft zeigen und dabei gleichzeitig Neuheiten präsentieren und Trendmesser sein. Wir versprechen uns von der IFA als Ordermesse den rechten Kick fürs Saisongeschäft.“

POS Neuheiten

Samsung WriteMaster SH-S182D: Erster 18fach DVD-Brenner



Spätestens Anfang Juli will Samsung bereits seinen angekündigten DVD-Brenner WriteMaster SH-S182D auf den Markt bringen, der DVD+R- und DVD-R-Medien mit 18facher Geschwindigkeit beschreiben kann. Der neue Samsung WriteMaster unterstützt auch DVD-RAM-Medien, die er mit zwölf-facher Geschwindigkeit beschreiben kann, und damit in wesentlich kürzerer Zeit als aktuelle DVD-Brenner. Dual-Layer-DVD-Rohlinge werden mit achtfacher Geschwindigkeit und DVD+RW-Medien mit sechsfacher Geschwindigkeit beschrieben. CD-Rohlinge werden mit 48facher und CD-RWs mit 32facher Geschwindigkeit gebrannt. Die Lesegeschwindigkeit des neuen Brenners erreicht bei DVDs das 16fache und bei CDs das 40fache der normalen Geschwindigkeit. Den WriteMaster SH-S182D will Samsung dem Vernehmen nach zu einem UVP von etwa 70 US-Dollar anbieten. Laut aktuellen Meldungen will auch Lite-On einen 18x-DVD-Brenner auf den Markt bringen.

Sony Vaio VGC-RC204: Desktop-PC mit Blu-Ray



Den ersten Desktop-PC mit einem integrierten Double Layer Blu-Ray Disc Laufwerk bringt Sony auf den Markt. Der neue, leistungsstarke Desktop-Rechner Vaio VGC-RC204 verfügt über die erforderliche Ausstattung, die professionelle und semiprofessionelle Anwender zur Bearbeitung und zum Brennen von hochwertigen Videos in High Definition-Qualität benötigen. Der RC204 ist mit einem internen Double Layer Blu-Ray Disc Laufwerk bestückt, das 25 GB auf einlagigen und 50 GB auf Double Layer Blu-Ray Discs speichert. 50 GB entsprechen mehr als vier Stunden HD-Video Aufzeichnung.



Die erforderliche Performance liefert die Dual-Core Intel Pentium D Prozessor 940 mit 3,2 GHz. Für die qualitativ ebenbürtige Grafikleistung sorgt eine NVIDIA GeForce 7600 GT Grafikkarte mit 256 MB Grafikspeicher. In jeder Hinsicht hochwertig ist auch die Audio-Qualität des Vaio RC204, die durch einen Sony Sound Reality Chip kontrolliert wird und über zwei externe Lautsprecher abgestrahlt wird. 600 GB Festplattenspeicher (2 x 300 GB) bieten mehr als ausreichend Platz für hochauflösende Video-Daten und Programme. Wie alle Vaio-Systeme wird der RC204 mit einem sorgfältig zusammengestellten, umfangreichen Software-Paket ausgeliefert, das unter anderem die optimalen Software-Applikationen und Werkzeuge zur Bearbeitung von Foto- und Videomaterial enthält. Zu erwähnen sind vor allem die Adobe-Produkte Photoshop Elements 4.0 und Premiere Elements 2.0. Der integrierte Hybrid-TV-Tuner ermöglicht je nach Verfügbarkeit und Wunsch den Empfang digitaler TV-Programme

iPod drahtlos: Anycom Bluetooth Adapter



Mit dem „BluNa“ präsentiert Anycom den weltweit ersten Bluetooth Adapter, der speziell für den iPod nano von Apple entwickelt wurde. „BluNa“ kann Musiktitel mittels Bluetooth in erstklassiger digitaler Audio-Qualität vom iPod nano zu jedem Bluetooth-fähigen Empfänger wie zum Beispiel Lautsprecher oder Kopfhörer übertragen. Der Anycom Bluetooth Adapter wird dazu einfach an einen iPod nano angeschlossen und stellt dann automatisch mit dem gewünschten Gerät eine drahtlose Bluetooth Verbindung her. „Der iPod und der iPod nano haben Musikgeschichte geschrieben. Was fehlt dem iPod nano? Die drahtlose Übertragung der Musik,“ sagte Walter Daguin, Geschäftsführer von Anycom Technologies. „Als Spezialist für drahtlose Datenübertragung ist Anycom der Anbieter, der den iPod nano von den Kopfhörerkabeln befreit. Unser Bluetooth Adapter BluNa ist einfach zu bedienen und elegant, wichtige Features für die iPod Community.“ Der BluNa wird an den iPod Dock Connector angeschlossen und über den iPod nano auch mit Energie versorgt. Käufer des BluNa erhalten im Lieferumfang auch einen Ladestecker für den iPod nano. Mit dem Ladestecker erhalten Anwender die Möglichkeit, den iPod nano über die Netzsteckdose zu laden. Der 40 x 9 x 25 Millimeter schlanke Adapter wiegt zehn Gramm. Der einzelne Bluetooth Adapter ist zum UVP von 79 Euro erhältlich. Im Bundle mit dem Bluetooth-Stereo-Kopfhörer BSH-100 von Anycom ist der BluNa für 149 EUR verfügbar. Zusammen mit dem Bluetooth Lautsprecher Biwas-20 von Anycom ist er zum UVP von für 199 Euro zu bekommen.



(DVB-T) oder analog ausgestrahlter Fernsehunterhaltung. Der UVP für den ersten Sony Vaio Blu-Ray Desktop VGC-RC204 beträgt 2.499 Euro.

Samsung: Erste Ultra Mobile PCs ausgeliefert



Der weltweit erste Ultra Mobile PC, Samsung Q1, wird zusammen mit einer mobilen DVB-T-Lösung bundesweit zum Preis von 1.199 Euro angeboten. Das in Zusammenarbeit mit Microsoft (Project Origami) und Intel entwickelte Q1 ist der erste Vertreter einer neuen Geräteklasse. Das Q1 sieht zwar aus wie ein etwas zu groß geratener PDA, ist jedoch ein kompletter Tablet-PC. Mit seiner ultrakompakten Bauweise und dem Gewicht von 779 Gramm ist das Q1 ein idealer mobiler Begleiter. Der Touchscreen und das in Windows integrierte Dial-Keyboard sorgen für hohen Bedienkomfort. Über WLAN nach 802.11 b/g mit maximal 54 MBit/s kann man kabellos E-Mails empfangen und versenden, im Internet surfen und Voice-over-IP-Telefonate führen. Außerhalb der Reichweite von WLAN-Accesspoints läßt sich das Q1 über seine integrierte Bluetooth-2.0-Schnittstelle mit einem geeigneten Handy und dem Internet verbinden. Das Q1 ist Arbeitswerkzeug, mobiles TV-Gerät und mit Samsungs „AV-Station Now“ ein Multimedia-Abspielgerät, welches ohne Booten des Betriebssystems genutzt werden kann.

Limitierte Auflage des Siemens SL75



Ein Hauch von Luxus umgibt das limitierte, pinke Design-Handy Siemens SL75 Pink Pearl von BenQ Mobile. Seine harmonisch runden Formen und Farben schmeicheln sowohl den Augen als auch den Händen. Eine modische und prakti-



sche Ergänzung zum SL75 Pink Pearl bietet die beiliegende Perlenkette, mit deren Hilfe das Designobjekt am Handgelenk

getragen werden kann. Dank des besonders leichtgängigen Schiebemechanismus kann man auch dann bequem telefonieren, wenn man bei Shopping oder Maniküre nur eine Hand frei hat. Wenn es klingelt, kann man aber auch einfach mit dem Anrufer plaudern, ohne den leichtgängigen Schiebemechanismus betätigen zu müssen, der die Tastatur freigibt. Auch der Mediaplayer und die Digitalkamera lassen sich mühelos bedienen, wenn das Handy geschlossen ist. Ein Blick hinter die Oberfläche des Gerätes zeigt modernste Multimediatechnik – mit einer 1,3-Megapixelkamera mit Fotolicht, einem brillanten Farbdisplay für farbenfrohe Bilder und Filme sowie einem Media Player für Musik- und Videoclips. Abwechslungsreiche Klingeltöne im MP3- und diversen AAC-Formaten sorgen für den richtigen Sound. Sogar während man sich die Zeit mit einem Handy-Game vertreibt oder Freunden eine MMS schreibt, kann man mit dem SL75 Musik hören. Der interne Speicher bietet 52 MB Platz für Multimediadate. Ein eingebauter Organizer mit Rufnummernspeicher sowie eine schicke 3D-Grafik fehlen nicht. Das Siemens SL75 Pink Pearl von BenQ Mobile ist ab sofort in einer edlen Sonderverpackung für 349 Euro ausschließlich in Deutschland erhältlich.

VGN-AR11: Sony Vaio Notebook mit Blu-Ray



Das erste Sony Vaio Notebook mit einem integrierten Blu-Ray Disk Brenner-Laufwerk kombiniert die Fähigkeit zum Beschreiben und Abspielen von Blu-Ray DVD-Medien mit einem hochauflösenden, 17 Zoll großen Full-HD X-black Breitbild-Display im WUXGA Format mit 1.920 x 1.200 Bildpunkten und einem Hybrid-TV-Tuner. Ausgestattet mit dem leistungsstarken Intel Core Duo Prozessor mit bis zu 2 GHz Taktrate, der High-end Grafikkarte NVIDIA GeForce Go 7600 GT mit 256 MB Grafikspeicher, der Festplattenkapazität von 200 GB und einer HDMI-Schnittstelle für den externen Anschluß hochauflösender Bildschirme besitzt der Vaio AR11S alle Qualitäten für zukünftige HD-Entertainment-Anwendungen und wird seinem Anwender über die Office-Arbeit hinaus zu einem jederzeit geschätzten Begleiter werden. Auf dem integrierten Blu-Ray Laufwerk lassen sich HD-Filme der kommenden Generation abspielen und bis zu 50 GB Datenvolumen auf eine einzige Double Layer Blu-Ray Disc speichern. Das edle schwarze Design der Vaio AR11-Serie wurde bei seiner Entwicklung bis ins letzte Detail durchdacht: Tastatur und Handballenaufflage der AR11-Note-



book-Modelle sind mit einer speziellen Textur ausgestattet, die eventuell auftretende störende Spiegelungen und Reflexionen beim Betrachten von Fernsehsendungen oder der Wiedergabe von Videos zuverlässig ausschließt. Alle Modelle der VGN-AR11 Familie sind hervorragend für das Authoring von HD-Filmen ausgestattet und entsprechen gleichzeitig allen bei 3D-Spielen gestellten hohen Anforderungen. Die unter anderem durch einen Sony Sound Reality Chip und hochwertige Lautsprecher garantierte Audio-Qualität und große Festplatten mit Speicherkapazitäten von bis zu 200 GB runden das qualitative Gesamtbild der Vaio AR11-

Videokamera und einem mobilen Fernsehgerät. Die UVPs für die Modelle der Sony Vaio AR11-Serie betragen: VGN-AR11B: 1.599 Euro, VGN-AR11M: 1.999 Euro und VGN-AR11S: 2.999 Euro.

Echtes Foto-Feeling mit Sihl SuperDry



Sihl stellt mit dem Quick Dry Photo Glossy 280 das erste Inkjet-Fotopapier mit SuperDry-Beschichtungstechnologie vor. Mit dem neuen Premium-Fotopapier erzielen Anwender nach Angaben des Herstellers Inkjet-Prints, die aus-



Serie ab. Jedes der drei bereits verfügbaren AR11-Modelle ist sowohl ein mobiles Office- wie Entertainment-System und vielseitiger Grenzgänger zwischen zahl-

sehen und sich so anfühlen, als kämen sie direkt aus dem Fotolabor. Die Sihl SuperDry-Beschichtung ermöglicht eine hohe Farbsättigung an der Papieroberfläche. Das Ergebnis sind Drucke mit einer außergewöhnlichen Tiefenwirkung und hoher Farbbrillanz. Die Fotopapierbasis und die SuperDry-Beschichtung sind optimal aufeinander abgestimmt, so daß ein besonders hoher Glanz erzielt wird.



reichen Anwendungen vom portablen Heimkino und Soundsystem über die Gaming-Plattform bis hin zur Bildtelefonie mit integrierter Sony Motion Eye

Weiterhin zeichnet sich das mikroporös beschichtete Inkjet-Fotopapier durch extrem kurze Trocknungszeiten und eine universelle Tintenkompatibilität aus, sowohl mit Dye- als auch mit Pigmenttinten. Das 280 g/m² schwere Fotopapier ist in den Formaten DIN-A4 und 10 x 15 cm direkt über Sihl erhältlich. Im Rahmen einer Promotion kostet die 25-Blatt Packung-DIN-A4-Papier sechs Euro.



Samsung CLP-650: Neuer Single-Pass-Farblaser mit PostScript und PCL

Mit dem Arbeitsplatzdrucker CLP-650 und der Netzwerkvariante CLP-650N erweitert Samsung seine Familie schneller, professioneller Single-Pass-Farblaserdrucker um zwei neue Modelle mit 256 MByte Arbeitsspeicher und Unterstützung der Druckersprachen Postscript-3 und PCL-6. Mit Seitenleistungen von bis zu 20 Seiten DIN A4 pro Minute bei Farbdruck und Schwarzweiß-Druck und der effektiven Auflösung von 2.400 x 600 dpi setzen die CLP-650-Modelle neue Maßstäbe bei Qualität und Geschwindigkeit und werden selbst höchsten Anforderungen gerecht.

Single-Pass-Farblaserdrucker von Samsung zählen zu den schnellsten Geräten in diesem Produktbereich und mit ihrem Betriebsgeräusch von weniger als 52 dB (A) auch zu den leisesten. Das zweifarbig abgesetzte, in harmonischer Linienführung entworfene Gehäuse umschließt ein mit modernsten technischen Funktionen ausgestattetes Drucksystem. Zum Druck werden nur sechs Verbrauchsmaterialien benötigt: 4 Toner (3x Farbe, 1x Schwarz), Transferband und eine Fixier-Einheit. Dadurch wird höchstmögliche Bedienfreundlichkeit und unkomplizierte Wartung erzielt. Gestochen scharfe Laserdrucke in brillanten Farben

machen die Drucker der CLP-650-Reihe zum idealen Druckausgabe-Gerät für unterschiedlichste Aufgaben in nahezu jeder Arbeitsumgebung. Für das Papiermanagement stehen die bis zu 250 Blatt fassende Kassette und ein Multifunktions-einzug für bis zu 100 Blatt Papier zur Verfügung. Die Ausgabe erfolgt „Face Down“ in der Papierablage für bis zu 250 Blatt. Der maximal mögliche Papiervorrat kann optional um eine zweite, bis zu 500 Blatt Papier fassende Kassette erweitert werden. Die Netzwerk-Ausführung CLP-650N ist serienmäßig mit einer 10/100 Base TX Ethernet-Schnittstelle ausgerüstet und kann optional mit

einer schnellen WLAN-Schnittstelle (802.11 a/b/g) ausgestattet werden. Beide Modelle werden mit voll gefüllten Toner-Behältern für den Druck von jeweils bis zu 4.000 Seiten (bei fünf Prozent Deckung) ausgeliefert. Neben den verbreiteten Windows- und Linux-Betriebssystemen unterstützen die Drucker Mac-OS-Versionen 8.6 bis 9.2 sowie 10.1 bis 10.4. Samsung leistet eine zweijährige Garantie mit Vor-Ort-Service. Die UVPs betragen 779,- Euro für den CLP-650 und 899,- Euro für den CLP-650N mit integrierter Netzwerkkarte.

Farbe weckt Emotionen und erhöht die Aufmerksamkeit

Farbeindrücke erzeugen erhöhte Aufmerksamkeit und sprechen Emotionen an. Auch im Geschäftsleben entscheidet der farbige Gesamteindruck darüber, wie ein Produkt oder ein Unternehmen auf uns wirkt. Farbige Ausdrücke werden mit größerem Interesse betrachtet und binden die Aufmerksamkeit stärker und länger an sich, als das schwarzweißen



Mit bis zu 20 Seiten DIN A4 pro Minute in Farbe oder Schwarzweiß zählen Samsung Single-Pass-Farblaserdrucker zu den schnellsten und leisesten Geräten im Markt.

Einfaches Handling und hoher Bedienkomfort: Praktische LED-Leuchten zeigen an, ob Toner gewechselt werden muß oder ob und wo im Drucker Probleme bestehen. Das Bedienfeld der Netzwerk-Version CLP-650N ist zusätzlich mit einem Display ausgestattet.



Farbausdrucke erzeugen größeres Interesse, binden die Aufmerksamkeit länger an sich, sind leichter zu lesen und schneller zu erfassen.



bis zu 2.400 x 600 dpi Auflösung sind gedruckte Diagramme, Berichte und Präsentationen leichter zu lesen und schneller zu erfassen. Sie fördern das Image eines Unternehmens nach innen wie nach außen und erhöhen die ihm unbewußt zugewiesene Wertigkeit. evo

Plus X Award startet Online-Offensive

Die Gewinner des Plus X Awards profitieren nun durch ein weiteres Marketing-Instrument. Die Websites der Medienpartner verweisen auffällig und direkt auf die Sieger-Produkte. Das Logo des Technologie-Wettbewerbs ist passend zur bevorstehenden Fußball-WM in Rasen-Grün animiert, gleichzeitig wird dem Endanwender erklärt, wo die ausgezeichneten Produkte online gekauft werden können – im EP:Netshop. Das Web-Portal heimkinomarkt.de und die Internetseiten der Zeitschriften Plugged (www.plugged.de), Meine Küche (www.meine-kueche-futura.de), Mobile Zeit (www.mobile-zeit.de) und Smart Homes (www.smarthomes.de) verweisen auf den Netshop von ElectronicPartner. Die Homepages der Fachhandels-Partnermedien, unter anderem E&W (elektro.at), imaging+foto-contact (www.foto-contact.de) und PoS-MAIL (www.pos-mail.de) verlinken auf heimkinomarkt.de. Dort werden alle Siegerprodukte mit Bezugsadressen vorgestellt. Tausende von Fachhändlern informieren sich wöchentlich auf diesen Top-Seiten über neue Entwicklungen – und interessieren sich im besonderen Maße für ausgezeichnete Spitzenprodukte, um diese ins Sortiment zu

nehmen. Natürlich befinden sich die neuen Banner auch auf der Seite www.plusxaward.de.

Humax Zertifizierung für HDTV-Kabelreceiver

Der erste Kabel-HDTV-Receiver PR-HD1000C von Humax hat die Zertifizierung durch den Abo TV-Sender Premiere erhalten. Damit ist der PR-HD1000C der erste Receiver auf dem deutschen Markt, der das digitale Fernsehen, das hochauflösende Fernsehen (HDTV) und das Angebot von Premiere auch ins Kabelnetz bringt. Die Auslieferung großer Stückzahlen an den Handel ist Mai erfolgt. Der PR-HD1000C, ausgerüstet mit neuester Chiptechnologie, empfängt HDTV sowohl im MPEG-2 als auch MPEG-4 Kompressionsverfahren. Dank des integrierten Nagravision-CA-Systems sehen die Zuschauer das komplette Angebot von Premiere, einschließlich des Premiere HD Angebots. Zwei Common-Interface-Schächte ermöglichen darüber hinaus den Empfang weiterer Pay-TV-Angebote. Das hochauflösende Fernsehen wird in allen gängigen Videoauflösungen wiedergegeben: Egal ob im Format 1080i, 720p oder 576p, der Humax PR-HD1000C bringt das kristallklare Bild von HDTV auf den Bildschirm der HD ready-Fernseher. Über den optischen Digitalausgang oder HDMI-Anschluß kommt auch der volle Dolby Digital Ton ins Wohnzimmer. Der PR-HD1000C ist seit Mai zu einem empfohlenen Verkaufspris

preis von 399 Euro oder im Bundle mit einem Premiere-Abo in verfügbar.

Mehr Ausbildungsplätze bei Ingram Micro

Die Ingram Micro Distribution GmbH, Distributor für Produkte der Informationstechnologie (IT), weitet mit dem Ausbildungsbeginn im September diesen Jahres seine Ausbildungskapazitäten um 20 Prozent für insgesamt 120 junge Menschen aus. 15 Ausbildungsplätze sind noch offen. In der Konzernzentrale des Großhändlers in Dornach bei München sowie im firmeneigenen Logistiklager im niederbayerischen Straubing sollen ab September dieses Jahres 40 junge Menschen in ihren Beruf starten können, das sind 20 mehr als im Vorjahr. Bei Ingram Micro stehen nicht nur die klassischen Ausbildungsberufe wie Groß- und Außenhandelskaufmann/-frau oder Bürokaufmann/-frau, sondern auch die unterschiedlichsten IT- und Logistikberufe auf dem Programm. Hinzu kommen duale Ausbildungen speziell für Abiturienten, wie der Handelsfachwirt oder ein Studium an der Berufsakademie. Ingram Micro bietet ein attraktives Ausbildungsumfeld, denn die Distribution ist eine der vielschichtigsten und komplexesten Wirtschaftszweige. Hier kann ein Auszubildender so unterschiedliche Unternehmensbereiche wie Vertrieb, Produktmanagement, Logistik, Finanzen, Personalwesen oder EDV kennenlernen. Darüber hinaus bietet die globale Auf-

stellung des Unternehmens zusätzliche internationale Lernfelder. Auch die Ausichten auf eine Weiterbeschäftigung nach einer erfolgreich abgelegten Abschlussprüfung sind überdurchschnittlich: Im vergangenen Jahr konnten alle Absolventen in ein festes Arbeitsverhältnis übernommen werden.

arena erhält Public Viewing-Rechte

arena hat am 7. Juni 2006 von der Deutschen Fußballliga (DFL) den Zuschlag für die Public Viewing-Rechte erhalten. Damit wird der Sender ab 11. August auch in Gaststätten (Sports Bars), Hotels, Fitness-Studios und Vereinsheimen vertreten sein. „Unser Konzept „Fußball für alle“ gilt natürlich auch für das Public Viewing. Wir werden hier ein sehr attraktives Angebot machen, um die bestehen-

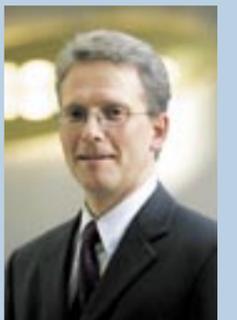
den Empfänger zu bedienen und viele neue hinzuzugewinnen. Wir wenden uns ausdrücklich auch an kleinere Partner, die bisher keinen Zugang hatten“, so Dejan Jovic, arena Geschäftsführer für Programm und Marketing. Details zum Public Viewing-Angebot wird arena in Kürze bekanntgeben.

Neue Version des IFA Virtual Market Place

Seit dem 8. Juni bietet die Messe Berlin eine neue Version des IFA Virtual Market Place an. Die Kontaktdaten der registrierten Fachbesucher wurden dazu aus der bisherigen Version übernommen und können wieder ganz regulär online bearbeitet werden. Der Virtual Market Place bietet Fachbesuchern die Möglichkeit, mit Ausstellern online in Kontakt zu treten.

Andreas Klavehn übernimmt IT-Marketing Leitung bei Samsung

Andreas Klavehn ist neuer Senior Marketing Manager für den gesamten IT-Bereich bei Samsung. Klavehn leitete zuvor die Display Division bei Samsung. Karl Tucholski, seit einem halben Jahr für den IT-Bereich verantwortlich, hatte bereits vor einiger Zeit angekündigt, daß er die übergeordnete Position eines IT-Marketingchefs für erforderlich halte. Zuvor waren für die einzelnen Bereiche Monitore, Drucker und Notebooks Produktmanager zuständig.



„Think big“

Packard Bell 17-Zoll-Notebook W8924



Packard Bell 17" Notebook W8924: mit 2x 1,83 GHz Intel Core Duo CPU T2400, integriertem DVB-T Tuner mit Festplatten-Recorder und Fernbedienung.

Anfang Juli bringt Packard Bell sein neuestes 17"-Notebook mit einem Intel T2400 Core Duo Prozessor in den Handel. Die Beschreibung der bei diesem neuen Modell verfügbaren Features, die Aufzählung seiner Hardware-Komponenten und die Leistungsdaten lesen sich wie der Wunschraum eines Multimedia-Notebook-Anwenders auf der Suche nach dem idealen Modell: Die mit 2mal 1,83 GHz taktende Core Duo CPU mit integriertem 2 MB Cache bietet üppige Rechenleistung, die selbst für ressourcenzehrende Anwendungen mehr als ausreichend ist.

Dem Easy-Note W8924 gibt Packard Bell einen 1 GB schnellen DDR-2 Speicher mit auf den Weg. Für adäquate Grafik-Power sorgen eine ATI Mobility Radeon X1600 Grafik-Lösung und 512 MB Hypermemory als Video-Speicher (128 MB LFB). Externe Displays lassen sich über den DVI-Ausgang anschließen. Die 120 GB fassende Festplatte des W8924 stellt genügend Speicherkapazität bereit, um nicht nur tägliche Office-Arbeiten problemlos erledigen zu können, sondern neben allen denkbaren Multimedia-, Entertainment- und Gaming-Anwendungen mit dem integrierten DVB-T Tuner sogar Fernseh-Sendungen und Filme

aufzeichnen zu können. Für zuverlässige Archivierung steht ein DVD+R9 Dual Layer DVD Brenner zur Verfügung. Als Betriebssystem kommt Windows XP zum Einsatz. Der von Packard Bell empfohlene Verkaufspreis für das 3,7 kg wiegende EasyNote W8924 beträgt 1.299,- EUR.

17 Zoll großes Diamond View Display

Mit der Bilddiagonale von 43 Zentimetern im Format 16:10 und der Auflösung von 1.440 x 900 Bildpunkten verfügt das WXGA-Display des Packard Bell EasyNote

W8924 über Eigenschaften, die Anwender bei vielen Fernsehgeräten begrüßen würden. Bei Office-Anwendungen und Bildbearbeitungsprogrammen bietet die große Bildfläche Platz für mehrere, gleichzeitig geöffnete Dokumente und Ablagen. Das erhöht den Komfort und erleichtert die Arbeit. Auf einem Bildschirm dieser Größe lassen sich auch genußvoll DVD-Filme und Fernsehsendungen betrachten. Die Entwicklungsingenieure von Packard Bell haben das Hardware-Konzept dieses Modells bewußt auf die neben den Office-Funktionen verfügbare Nutzung als Entertainment-Zentrum mit integriertem DVB-T Tuner, komfortabler Fernbedienung und Video-Recorder ausgerichtet. Das LCD-Panel des W8924 ist mit der Bildverbesserungs-Technologie „Diamond View“ ausgestattet, die Packard Bell detailliert in Publikationen beschreibt: Diamond View besteht aus einer speziellen Oberflächenbeschichtung, die auf einem LCD-Display die Darstellung einer fernsehähnlichen Farb- und Bildqualität ermöglicht. Mit der speziellen Polarisierungs-Beschichtung reduziert Diamond View die

Blendung des Betrachters, ohne Streulicht auf den Bildschirm zu übertragen. Dadurch ist die Bildqualität von Packard Bells LC-Displays der von High-End-Home-TV-Sets ebenbürtig. Farben wirken brillanter und satter. Dunkle Filmszenen werden nicht mehr verwaschen und undeutlich dargestellt, auf Fotos werden feinste Details sichtbar.

Tastatur für Vielschreiber

Mit 100 Tasten und Nummernblock bietet die mattschwarze Tastatur hohen Tippkomfort, den besonders Vielschreiber zu schätzen wissen. Beim Betätigen bleiben die Tasten angenehm leise. Das große, ovale Touchpad wird so hochwertig empfunden, wie es aussieht. Beim Navigieren folgt das Touchpad präzise den Intentionen des Anwenders und ermöglicht Navigation über die gesamte Bildfläche.

Kommunikation auf allen Kanälen

Verbindungen zu Rechnern und Netzwerken stellt das W8924 über Bluetooth, 10/100 Ethernet-LAN, Modem oder 54 Mbps WLAN (802.11 a/b/g) her. Für Videokameras steht ein IEEE 1394-Anschluß bereit. Sechs USB 2.0 Schnittstellen warten auf Peripheriegeräte. Express Card Slot und 4in1-Kartenleser für Secure Digital, MemoryStick, MemoryStick Pro und MultiMediaCard komplettieren die Konnektivität. Neben VGA- und S-Video-Port ist ein DVI-Anschluß verfügbar.

Computex-News und Nachrichten

Mehr als 130.000 Besucher und 1.312 Aussteller

Vom 6.6. bis 10.6. wurde in Taipeh (Taiwan) in diesem Jahr zum 26. Mal die zweitgrößte Computer-Messe der Welt abgehalten. Die Computex findet jährlich statt, und in Asien wird ihr ein ähnlich hoher Stellenwert zugemessen wie in Europa der CeBIT oder der CES in den USA. Neben ihren Funktionen als Präsentationsveranstaltung und Handelsplatz ist die Computex eine beliebte Begegnungsstätte für alles, was in der IT-Industrie Rang und Namen hat, und das sind inzwischen zum überwiegenden Teil in Asien beheimatete Akteure und Unternehmen. So hat die Computex ihre Position als wichtigste IT-Messe Asiens und zweitgrößte der Welt Jahr für Jahr weiter ausbauen können. Mit 130.275 Besuchern wurde in diesem Jahr das Ergebnis des Vorjahres allerdings nur knapp übertroffen (129.947 / 2005). Aber gleichzeitig stieg, wie die Organisatoren Taitra und TCA mitteilten, der Anteil der Fachbesucher aus Übersee um gut neun Prozent, und die Zahl der Aussteller nahm im Vergleich zu 2005 um knapp zehn Prozent auf 1.312 zu. Ein Top-Thema der diesjährigen

Messe waren neue Prozessor-Generationen der Konkurrenten AMD und Intel. Für Boardhersteller war die Computex deshalb eine ideale Gelegenheit, um der Öffentlichkeit ihre angekündigten Produkte für die kommenden CPUs zu präsentieren. Immer mehr Anbieter erhoffen sich einen kommenden Boom-Markt von dem preiswerten Telefonieren mit VoIP im Internet. Allgegenwärtig schieben Flachbildschirme, Panel-PCs im XXL-Format und LCD-TV-Geräte zu sein. Zahlreiche Hard- und Software-Hersteller setzen bereits auf das mobile Fernsehen mit DVB-H oder T-DMB: Neu entwickelte Applikationen von Cyberlink und Intervideo werden zukünftig nahezu jedes Handy, jeden PDA oder mobilen Rechner auch zu einem mobilen TV-Gerät verwandeln.

Lite-On startet Blu-Ray-Fertigung und rüstet Xbox 360 aus

Lite-On will als erster taiwanischer Hersteller mit der Massenfertigung von Blu-Ray-Laufwerken beginnen. Der Produktionsstart ist für Juli dieses Jahres geplant. Die wichtigsten Komponenten für die Blu-Ray Funktionen wird Lite-On von Philips beziehen. Philips war der wichtigste Kooperationspartner der

inzwischen von Lite On gekauften Produktionsfirma BenQ Digital Storage Inc. Durch den Kauf der BenQ Storage-Sparte erhält Lite-On Zugriff auf die für den Bau von Blu-Ray Laufwerken erforderlichen Bauteile. Lite-On wurde neben Samsung zum Lieferanten für die optischen Laufwerke der Microsoft Xbox 360 ausgewählt. Dem Hersteller Lite-On, der sich bisher auf optische Laufwerke für Computer konzentriert hatte, ist damit der Einstieg in den Markt für Spielekonsolen gelungen.

Cyberlink und Intervideo rüsten für Mobile-TV

Die Audio- und Videosoftware-Hersteller Cyberlink und Intervideo präsentierten auf der Computex Lösungen für mobiles Fernsehen mit DVB-H (Digital Video Broadcasting for Handheld) und T-DMB (terrestrisches Digital Multimedia Broadcasting). Cyberlink stellte eine TV-Empfangssoftware vor, die unter anderem auf Handhelds mit Intel Xscale, ARM9 sowie ARM11 läuft und verschiedene Betriebssysteme unterstützt, neben Embedded Linux und Windows CE auch Windows Mobile 5.0. Cyberlinks Software arbeitet mit DVB-H-Demodulatoren von DiBcom und Siano Mobile Silicon zusammen. Der Konkurrent Intervideo präsentierte auf der Computex sein

iMobi DTV, eine TV-Empfangssoftware für mobile Kleingeräte für wahlweise DVB-H, T-DMB (terrestrisches Digital Multimedia Broadcasting) oder DAB-IP. Die Intervideo-Software läuft auf TIs DM- und OMAP-Serie, Intel XScale sowie auf DSPs von Samsung und ST. Unterstützt werden unter anderem DVB-H-Demodulatoren von DiBcom, Siano Mobile und AVermedia.

Philips „Triplewriter“: Blu-Ray Brenner mit DVD/CD-Unterstützung

Der niederländische Konzern Philips Royal hat auf der Computex sein erstes Blu-Ray Einbaulaufwerk für PCs vorgestellt. Das SPD7008BD ist mit einem SATA-Interface ausgestattet. Es liest und beschreibt Blu-Ray BD-ROM-, BD-R- und BD-RE-Medien mit 2facher Geschwindigkeit (72 MB/Sekunde kontinuierliche Datenrate). Außerdem liest und beschreibt das Laufwerk CD-ROM, CD-R, CD-RW, DVD-ROM, DVD+R DL, DVD-R, DVD-R DL, DVD+RW und DVD-RW Medien



mit Ausnahme von DVD-RAM. Gemeinsam mit dem Software-Hersteller Nero demonstrierte Philips die Blu-Ray Funktionen des neuen Laufwerks. Jedem verkauften SPD7008BD wird die Brennersoftware-Suite „Nero 7 Essentials“ beiliegen. Für seinen ersten internen PC-Blu-Ray-Brenner hat Philips Electronics den Namen „Triplewriter“ gewählt, weil das Laufwerk die drei Optical Disk Formate Blu-Ray, DVD und CD beschreiben und lesen kann. Trotz der unterschiedlichen Wellenlängen des für die drei Formate Blu-Ray, DVD und CD erforderlichen Laserlichts kommt der „Triplewriter“ im Schreib-Lesekopf (pick up) mit einer einzigen Linse aus. Der Philips Triplewriter SPD7008BD soll in Europa im August dieses Jahres zum UVP von 850,- EUR auf den Markt kommen.

Blu-Ray Medien von Philips

Parallel zur Vorstellung des Brenners will Philips auch vier passende Medien auf den Markt bringen. BD-R- und BD-RE-Rohlinge sollen als Single- und Dual-Layer-Versionen mit 25 und 50 GByte Speicherkapazität auf den Markt kommen. Eine neu entwickelte Schutzschicht schützt, so Philips, die Medien besser gegen Kratzer und Verunreinigungen, als aktuelle DVD- und CD-Rohlinge zur Zeit geschützt sind.



La-Ola Virus-Welle durch die WM

Ein sportliches Großereignis wie die Fußball-Weltmeisterschaft bringt, neben zahlreichen positiven Erlebnissen und Entwicklungen, auch immer eine Reihe von kleineren und größeren Gefahren und Risiken mit sich. Um diesen angemessen zu begegnen und sie tatkräftig an Ort und Stelle bekämpfen zu können, wollte(n) unser(e) Innenminister ursprünglich sogar die Bundeswehr in und um die Wettkampfstätten abkommandieren, ein Vorhaben, für das

sich jedoch im Bundestag keine Mehrheit finden ließ. Ein weiterer Plan, nämlich die ersten dicht am Spielfeld liegenden Sitzreihen mit Soldaten zu füllen, um eventuelle Angriffe fanatisierter Hooligans auf Spieler und Neutrale rechtzeitig verhindern zu können, scheiterte an dem Einspruch der Bundeswehr, die ihre „Streitkräfte“ nicht, wie vom Organisationskomitee der Fußball-Weltmeisterschaft verlangt, als Besucher in Zivilkleidung in die Stadien ent-

senden wollte. Deshalb wird „die Sicherheit Deutschlands“ von der Bundeswehr weiterhin nur „am Hindukusch“ verteidigt und natürlich auch von unserer National-Elf in den Wettkämpfen der WM. Doch zur Überwachung der Lufträume über den WM-Arenen kommen Aufklärungsflugzeuge des Typs Awac zum Einsatz, und Scharen verdeckt operierender Kriminalbeamten verteidigen die Tascheninhalte der WM-Besucher gegen die Angriffe der zahlreich angereisten Taschendieb-Spezialisten. Bei Angriffen mit terroristischem Hintergrund und Anschlägen mit chemischen Kampfstoffen oder radioaktiven Substanzen würden militärische Einsatzkräfte

des zuständigen Wehrbereichs mobilisiert werden können. Nun stellt sich jedoch heraus: Die reale Gefahr kommt tatsächlich aus der Luft, aber ohne daß Angriffe von Awac-Flugzeugen erkannt und verhindert werden könnten. Über die drahtlose Verbindungstechnik Bluetooth übertragene Handy-Viren breiten sich in Stadien und bei Public Viewings vor Großbildleinwänden massenhaft wie La-Ola-Wellen aus. Die Funktechnik Bluetooth ist für Handy-Viren der wirkungsvollste Übertragungsweg, um von Handy zu Handy und zu Smartphones zu gelangen. Die Bluetooth-Schnittstelle erlaubt den schnellen Datenaustausch zwischen benachbarten Handys

und anderen bluetoothfähigen Geräten. Die Zahl der bekannten Handy-Viren hat sich inzwischen auf 200 erhöht. Einige der Viren verüben nur Lausbubenstreichs, wie z. B. den Austausch von Symbolen auf dem Display. Andere Viren versenden automatisch SMS- oder MMS-Nachrichten und verursachen dadurch für den Handy-Inhaber beträchtliche Kosten, ohne daß er am Ende des Monats gegen die anfallenden Verbindungsrechnungen einen berechtigten Einspruch durchsetzen kann. Einige Viren wie z. B. „Skulls“ oder „Doombot“ machen die oft sehr teuren Handys durch Überschreiben wichtiger Systemdateien unbrauchbar. Besitzer von leistungsfähigen Handys und Smartphones mit zahlreichen Schnittstellen und Funktionen sollten deshalb besonders auf ihre Sicherheit achten. Die meisten zur Zeit bekannten Viren sind für Mobiltelefone mit dem verbreiteten Handy-Betriebssystem Symbian programmiert. Antivirensoftware für Handys bietet laut ausführlichen Tests von Computer-Magazinen nur einen unvollkommenen Schutz. Kaum einer der Millionen von Bluetooth Handy-Benutzer aktiviert und konfiguriert die Schutzmechanismen seines Handys gegen Virus-Attacken. Weil Bluetooth nur kurze Distanzen überbrückt, ist das Verbreitungsrisiko meist gering. Bei den Spielen der WM wird jedoch bei hunderttausenden von Handys gleichzeitig die „kritische Nähe“ unterschritten. In solchen Fällen können sich La-Ola Viren explosionsartig vermehren, wie bei der Leichtathletik-Weltmeisterschaft 2005 in Helsinki. Da hilft nur „Bluetooth deaktivieren“ oder eine breitbandige UMTS Standverbindung zum Anti-La-Ola Virus-Server des Mobilfunkbetreibers zu unterhalten, kostenpflichtig natürlich. *evo*

Kundenzufriedenheit ?

Mitarbeiterzufriedenheit ?

Mit Online-Umfragen messen wir die Zufriedenheit.
kompetent, verlässlich, eigene Programmierung und eigenes Hosting

Ihre Ansprechpartner: Noriyuki Nozaki (nozaki@concentra.de)
und Wolfgang Bücherl (buecherl@concentra.de)
Tel.: 0911 / 235678-0



The full measure of Marketing Research

20 Jahre Erfahrung in der Marktforschung

Unsere Schwerpunkte sind: Nationale und internationale Studien, Medizintechnik, Befragung von IT-Entscheidern in Unternehmen, Kommunikationstechnologie

CONCENTRA | Karolinenstraße 45 | 90402 Nürnberg | www.concentra.de

IMPRESSUM

POS-MAIL
Informationen für High-Tech-Marketing
 erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
 Postfach 12 29, 40832 Ratingen
 Freiligrathring 18-20,
 40878 Ratingen
 Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
 Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
 Online: <http://www.pos-mail.de>
 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
 Dipl. Journ. Herbert Päge
 Dipl. rer. pol. Karla Schulze
 Lidija Mizdrak, M.A.

Text- und Bildbeiträge:

Georg Reime

Anzeigen:

Ralf Gruna

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
 Nr. 7 v. 1. Januar 2006

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss,
 Dieter Heilenbach, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke Gräbel

Satz und Repro:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck:

Druckerei Bachem
 Köln-Mülheim

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 Geschäftsbedin-
 gungen 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



Ich kaufe Canon bei ComLine!

Canon LV-X6



Mit gestochen scharfer XGA-Auflösung und besonders augenschonender Lampe ist der LV-X6 ideal für den Einsatz im Schulbereich mit leisem Betrieb, flexiblen Aufstellmöglichkeiten und schickem Design.

Art.Nr. BC-1060 **855,-**

Canon XEED X600



Der XEED X600 ist der erste Projektor mit LCOS-Technologie und XGA-Auflösung. Er beeindruckt durch brillante Wiedergabequalität, enorme Helligkeit und kompakte Abmessungen - und einem XGA-Preis.

Art.Nr. BC-9600 **2.416,-**

Canon XEED SX60



Überzeugende Darstellungsqualität mit SXGA+ Auflösung: Mit seinem erstaunlich leisen Betriebsgeräusch und einem Home-Cinema Mode zeigt der XEED SX60 seine überragenden Fähigkeiten gleichermaßen beim Einsatz im Business wie zu Hause.

Art.Nr. BC-9060 **3.020,-**

Canon XEED SX6



Der XEED SX6 beeindruckt mit leistungsstarker LCOS-Technologie und SXGA+ Auflösung. Canons fortschrittliches optisches System AISYS in Verbindung mit LCOS-Technologie macht ihn zum Kraftpaket im Kleinformat. Für brillante, detailreiche Projektionen mit außergewöhnlicher Helligkeit.

Art.Nr. BC-9006 **4.496,-**

www.ComLine-Shop.de



ComLine GmbH · Am Oker 33 · 24955 Harrislee
Tel. 0461 / 77 303-30 · Fax: -90

Irrtümer und Preisänderungen vorbehalten. Preise gelten ab Lager Harrislee, zzgl. der gesetzlichen MwSt., Porto und Versicherung. Alle Angebote freibleibend. Alle genannten Garantiezeiten entsprechen den jeweiligen Herstellergarantien. Es gelten unsere allgemeinen Verkaufs- und Lieferbedingungen.





Pilar
Brehme

Anke
Hässler

Jasmin
Schumacher

Birgit
Reuter

Marijana
Matthäus



Die ganze Schönheit des Fußballs auf einem Samsung LCD-HDTV.

Rechtzeitig zum TV-Höhepunkt schickt Samsung seine R7-Serie für Sie in den Wettbewerb. Ob Weiß-Bordeaux, Schwarz-Blau oder Schwarz-Silber, die neuen Designobjekte punkten mit Weltklasse-Technik für einen spurtstarken Abverkauf und jede Menge Umsatz: Zukunftssichere HDMI™-Technik, DVB-T-Tuner (modell-spezifisch), Super-PVA Panel, 5000:1 dynamische Kontraste, DNIe™, 178° Blickwinkel und SRS TruSurround XT™ garantieren Ihren Kunden die ganze Schönheit des Fußballs. Mit einem Samsung LCD-HDTV ist eben alles vorstellbar. [imagine
www.samsung.de](http://www.samsung.de)

HD
ready

SAMSUNG