

POS-MAIL

August 2007

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

8. Jahrgang • 51612

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

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

Mehr Innovation.
Mehr Business.
Mehr IFA.



Berlin, 31. August – 5. September 2007
www.ifa-berlin.de

Blu-ray und HD DVD Auf Wachstumskurs



Seit vor mehr als drei Jahren die technischen Spezifikationen für die Nachfolge-Formate der DVD verabschiedet wurden, dominierten Blu-ray Disk und HD DVD zwar die Schlagzeilen, aber nicht den Markt. Denn Filmstudios, Industrie und Handel verkauften weiterhin munter Geräte und Software für die DVD. Derweil riefen manche Medien den „Format-Krieg“ aus, ernannten sich selbst zu Front-Berichterstatern und stellten immer wieder die vermeintliche Schicksalsfrage, ob Programminhalte zukünftig auf HD DVDs oder Blu-ray Disk

gespeichert werden sollen. Kein Wunder, dass die Verbraucher sich zurückhielten: Sie erfreuten sich weiterhin an der im Vergleich zur Videokassette fantastischen Qualität der DVD und warteten im besten Fall auf den Ausgang des „Format-Krieges“. Jetzt gerät der Markt für die neuen HD Disk-Formate, Blu-ray und HD DVD, allerdings offensichtlich in Bewegung – nicht zuletzt deshalb, weil der angebliche Krieg gar keiner ist und auch Geräte mit Doppel-Kompatibilität auf den Markt kommen.

Was bringen Blu-ray und HD DVD?

Die nicht selten gestellte Frage, warum man überhaupt ein neues, höher auflösendes Format für Optical Discs brauche, ist falsch formuliert. Technik ist ohne Fortschritt auf Dauer nicht praktikabel. Das Prinzip der permanenten Verbesserung durch Beseitigung von Schwachstellen gilt für Technik ebenso wie

für die belebte Welt. Deshalb muss die Frage lauten: Was können die neuen Formate Blu-ray und HD DVD, und was kann man alles damit machen? Die vier- bis fünfmal so hohe Speicherkapazität pro Schicht (Layer), gegenüber den 4,7 GB einer DVD, eröffnet an erster Stelle die Möglichkeit, die riesigen, für die Speicherung eines Spielfilms in hochauflösender Qualität erforderlichen Datenmengen auf einer Disk

unterzubringen. Schon diese Fähigkeit allein wirkt als Initialzündung für eine Vielzahl von Produkt-Neuentwicklungen in unterschiedlichsten Technik-Bereichen und erfordert die Erarbeitung neuer Technologien, die diese Produkte erst möglich machen. Die Option mehrschichtiger und beidseitig beschreibbarer Medien führt nochmals zu einer Steigerung der potentiellen Kapazität einer Disk. Für das

HD DVD-Format sind bereits Medien mit 60 GB und 64 GB (HD DVD/RW) standardisiert, und TDK hat als Prototyp schon BD-Medien mit 200 GB präsentiert. Soviel Speicherplatz macht es z. B. möglich, hochwertigen Filmtönen unkomprimiert als mehrkanaligen Surround-Sound in HiFi-Qualität auf einer Disk unterzubringen oder einen Filmtitel mit vom Anwender wählbarem Handlungsverlauf in mehreren Varianten auf



IFA: Halle 25 Stand 109



IFA: Halle 1.1 Stand 131



IFA: Halle 6.2 Stand 105



LCD-TV DLP-37C3

www.daewoo-electronics.com

Innovation für alle

Mit dieser Überschrift könnte man das Kürzel „IFA“ auch übersetzen: Denn die Leitmesse der CE-Branche präsentiert sich vor ihrem Start am 31. August in guter Form, nicht allein deshalb, weil – wie die Messe Berlin betont – die Zahl der Aussteller deutlich über der von 2006 liegen wird. Das war zu erwarten, denn im vergangenen Jahr gab es bekanntlich die eine oder andere Lücke. In diesem Jahr sind dagegen alle Vollsormenter vertreten. Im Klartext: Auch Sony ist dabei und will sich an seinem Stand besonders auf den Fachhandel konzentrieren.



Fast noch wichtiger als die Anwesenheit der Großen ist die der Spezialisten, denn erst dadurch kann eine Messe einen wirklichen Marktüberblick bieten. Und den, so kann man jetzt schon feststellen, können die IFA-Besucher in den 26 Hallen auf einer Ausstellungsfläche von 160.000 Quadratmetern mit Sicherheit bekommen.

Die Organisatoren wollen zudem für mehr Übersichtlichkeit sorgen und haben das Angebot neu strukturiert. Der Bereich „IFA Television & Entertainment“ heißt in diesem Jahr „IFA Home Entertainment“ und bringt damit die Zielrichtung der neuen Consumer Electronics gut auf den Punkt. Dasselbe gilt für „IFA Communication“, wo der Schwerpunkt voraussichtlich auf mobiler Unterhaltung und Information liegen wird, und für den Bereich „IFA Audio Entertainment“, in dem die Spezialisten für die neuen digitalen Tonformate und Soundqualitäten zusammengefasst werden.

Ob das neue Segment „IFA My Media“, das die bisherigen Bereiche „IFA Personal Computing & Games“ sowie „IFA Digital Imaging & Digital Music“ abbilden soll, diesem Anspruch genügt, wird man sehen. In diesem Segment gibt es bekanntlich nicht nur erfolgreiche Spezialmessen, sondern auch Anwendungen, die über den CE-Bereich hinausgehen. Andererseits ist die Konvergenz nicht zu leugnen, denn immer mehr Fachhändler nehmen Produkte dieser Segmente ins Sortiment auf und können, das steht schon fest, auch hier mehr Aussteller antreffen als im vorigen Jahr.

Dazu kommen ein breites Rahmenprogramm und natürlich zahlreiche Publikumsattraktionen. Besonders letztere mögen für den Fachbesucher eher nebensächlich erscheinen. Sie sorgen aber für den notwendigen Aufmerksamkeitswert, sind wichtig für die Medienresonanz und sorgen vor allem für die positive Stimmung, aus der nach der IFA die Umsätze wachsen sollen.

In diesem Sinne: Auf nach Berlin! Wer seine Kunden kompetent beraten möchte, darf auf der IFA nicht fehlen.

Herzlichst

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

einer Scheibe anzubieten und mit interaktiven Optionen auszustatten. Die Anzahl der neuartigen Einsatzbereiche für die DVD-Nachfolgeformate ist nahezu unvorstellbar groß und wird sich in den kommenden Jahren zu einem wichtigen Motor der Consumer-Elektronik entwickeln, wie dies auch bei der DVD geschehen ist.

High Definition Infrastruktur

Der Zeitraum von mehr als drei Jahren, der nach der Standardisierung der DVD-Nachfolgeformate vergangen ist, bevor mit der Massenproduktion von Abspielgeräten begonnen wurde und die Filmindustrie erste Titel in High Definition-Auflösung auf den Markt brachte, erscheint lang. Er ist jedoch als kurz zu bewerten, wenn man bedenkt, welche flankierenden Voraussetzungen zu schaffen waren. Im Gegensatz zu der Einführung der CD-Audio und der Video-DVD, bei denen die Technologie der Datenspeicherung neu war, aber die Audio- oder Video-Signale wie zuvor im gleichen Format ausgegeben, weitergeleitet und verarbeitet wurden, musste diesmal fast alles verändert oder neu geschaffen werden: Für die platzsparende Speicherung und schnelle Übertragung der hochauflösenden Videosignale wurden neue, geeignete Kompressionsformate entwickelt und standardisiert. Um HD-Videosignale über Verbindungskabel übertragen zu können, wurden verlustarme, für hohe Bandbreite geeignete Kabel und Steckverbindungen erforderlich. Die extrem hohe Aufzeichnungsdichte war nur mit der kleineren Wellenlänge von blauem (violetterem) Laserlicht

zu realisieren. Dafür mussten leistungsfähige und gleichzeitig energiesparende blaue Laserdioden entwickelt und Laser-Pickups mit noch präziserer Positionierung auf den Daten-Tracks realisiert werden.

„AACs“: Digitales Rechtemanagement und Kopierschutz

Die Filmstudios nutzten die Gelegenheit zur Einführung eines neuen, wirksameren Advanced Access Content Systems. „AACs“ ist ein digitales Rechtemanagement (DRM) für den Einsatz bei bespielbaren und vorbespielten optischen Medien. Es wurde von den Unternehmen Intel, Microsoft, Panasonic, Sony, Toshiba, Walt Disney und Warner Bros. entwickelt und wirkt neben seinen Digital Right Management Funktionen durch Verschlüsselung aller Inhalte mit AES-128-Bit auch als Kopierschutz. Durch ein Lizenzschlüsselmanagement können Rechteinhaber aber trotzdem das Erstellen von Kopien mit begrenzter Abspielfähigkeit (zeitlich begrenzt oder nur auf bestimmten Geräten lauffähig) zulassen. Bei Verletzung der Urheberlizenzen lassen sich bestimmte Lizenzschlüssel sperren. Auch die Verifizierung von Geräten und Laufwerken durch Hardwareschlüssel ist möglich sowie die kontrollierte Freischaltung von Inhalten über das Internet. Kopierschutz und DRM von AACs sind nicht auf vorbespielte Medien und kostenpflichtige Online-Inhalte auf Medienservern beschränkt. Auch hochauflösende Videoaufnahmen von unverschlüsselt gesendeten Fernsehprogrammen oder Programminhalten von „Free-to-Air“ TV-Sendern können durch AACs

geschützt und verwaltet werden. AACs macht die Übertragung verschlüsselter Inhalte über ein Netzwerk möglich, wenn Sender und Empfänger gültige Lizenzen besitzen. Auf Computern setzt AACs ein vertrauenswürdigen Betriebssystem mit einem nicht manipulierbaren Subsystem für DRM voraus. Geschützte Inhalte können nur über HDCP verschlüsselt per HDMI oder DVI auf einen hochauflösenden Bildschirm übertragen werden. AACs kann Videosignale an analogen Ausgängen auf niedrigere Auflösungen (PAL/NTSC) herunterskalieren oder ganz abschalten. Die Lizenzvergabe für AACs erfolgt über die Organisation Advanced Access Content System License Administrator (AACs LA). Der gegenüber HD DVD verspätete Verkaufsstart von Blu-ray wurde unter anderem durch langwierige Verhandlungen über Art und Eigenschaft des Kopierschutzes verursacht. Nur unter der Voraussetzung eines wirksamen Kopierschutzes und umfassendem DRM waren die Filmstudios bereit, Lizenzen für die Vervielfältigung ihrer Filme auf HD DVD und Blu-ray zu erteilen.

Koexistenz statt Formatkrieg

Man kann potentielle Käufer technischer Produkte durch nichts so sehr und nachhaltig verunsichern und damit vom Kauf zurückhalten, wie mit dem Erwecken eines Zweifels an der technischen Kompatibilität der neuen Erzeugnisse. Das gilt besonders für Geräte mit untereinander austauschbaren Speichermedien und Programminhalten. Deshalb waren und sind Berichte über einen „Formatkrieg“ zwischen den

Ohne Qual der Wahl: HD Multi-Format-Player



Von: Peter Koch, Produktmanager Unterhaltungselektronik, LG Electronics Deutschland

Die hochauflösenden Nachfolge-Formate der DVD werden in der kommenden Wintersaison im Trend liegen. Doch für welchen der beiden Standards soll sich der Kunde entscheiden? Es haben zwar alle Lust auf Filme mit hochauflösenden Bildern, aber niemand möchte sich Gedanken über die verschiedenen Formate und die richtige Entscheidung machen. LG hat mit dem „Super Multi Blue Player“ BH-100 einen lizenzierten Blu-ray-Player auf den Markt gebracht, der neben Blu-ray Discs und DVDs auch HD DVDs abspielen kann. So hat der Anwender die freie Formatwahl und kann, falls sein Lieblingsfilm nicht als Blu-Ray Disc verfügbar sein sollte, problemlos auf eine HD DVD zurückgreifen und den Film in hochauflösender Qualität genießen. Welches Format sich als Standard durchsetzen wird, entscheidet letztlich der Verbraucher.

Aufgrund der derzeitigen Marktsituation halten wir einen HD Multi-Format-Player für die beste Lösung. Wie kann man aber bei der rasanten technologischen Entwicklung sicher sein, dass ein heute gekauftes Gerät auch morgen den aktuellen Standards entspricht? Die Lösung besteht aus Software-Updates, die dem Kunden wie dem Fachhändler Vorteile bieten. Der Fachhändler kann seine Beratungskompetenz weiter ausbauen, indem er seinen Kunden den zusätzlichen Service bietet, sie stets über die neuesten Entwicklungen zu informieren und aktuelle Software-Updates vor Ort beim Kunden oder am POS durchzuführen. Der Kunde erhält die Gewissheit, dass sein Abspielgerät mit den neuesten Entwicklungen Schritt halten kann und immer zukunftssicher auf dem aktuellsten Stand ist. Ein Software-Update lässt sich mit geringem Aufwand durchführen: Es genügt bereits, die entsprechende DVD in den Player einzulegen. In der Regel bieten die Hersteller Software-Weiterentwicklungen kostenlos an.

beiden Next Generation Formats wirksame Kaufverhinderer. Wenn der „Krieg tobt“, nimmt man vorerst keine Partei für den einen oder anderen Kontrahenten, sondern wartet vorsichtig ab, wer am Ende siegen wird. Dass auch Fachjournalisten diesen Terminus benutzten und als mahnendes Beispiel gerne den Ausgang des Wettbewerbs zwischen VHS- und Betamax als Menetekel bemühten, hat die Lage nicht entschärft. Dabei sind die Lager der Unterstützer von HD DVD und Blu-ray nicht unbedingt zerstritten, und die Industrie hat aus den damaligen Fehlern gelernt. Das zeigt sich unter anderem an der Zusammenlegung der Speicherlaufwerksparten von NEC und Sony in dem neuen, gemeinsamen Unternehmen „Sony NEC Optiarc“. Beide Partnerunternehmen unterstützen zwar das jeweils andere Format, haben aber ihre Lizenzen und ihr Know-how in die gemeinsame Optiarc eingebracht. Das zeigt, dass man aus Rivalität auch eine Stärke machen kann: So wie heute für DVD zahlreiche Laufwerke und Player angeboten werden, die zumindest alle Formate lesen und oft auch alle Formate beschreiben können, so werden zukünftig Laufwerke und Player angeboten werden, die beide High Definition Formate HD DVD und Blu-ray unterstützen. Erste derartige Modelle sind bereits angekündigt oder schon lieferbar.

Spielekonsolen als Wegbereiter für High Definition

Obwohl die großen Filmstudios inzwischen jeden Monat neue und interessante Filmtitel in den hochauflösenden Formaten veröffentlichen, entwickeln sich die Abverkäufe von Abspielgeräten bei beiden High Definition-Formaten weiterhin zögerlich. Die Gründe dafür dürften bei den derzeitig noch zu hohen Verkaufspreisen für HD DVD- oder Blu-ray-Player und der anhaltenden Beliebtheit des aktuellen DVD-Standards liegen. Analysten und Marktbeobachter sehen den Einstieg in den Massenmarkt bei einem Ver-

kaufspreis unterhalb von 300,- Euro, eine Schwelle, die vermutlich in der kommenden Wintersaison mit Einstiegsmodellen der Anbieter von Blu-ray- oder HD DVD-Playern erreicht werden wird. Bis dahin bleiben die Spieleskonsolen PS3 von Sony mit integriertem Blu-ray-Player und die Xbox 360 von Microsoft mit einem optionalen externen HD DVD-Laufwerk die preisgünstigsten Abspielgeräte für die neuen Formate. Deren Verkaufspreise sind nach Meinung von Fachleuten hoch subventioniert. Besonders Sony legt bei jeder verkauften PS3 Station einen beträchtlichen Betrag dazu, und dies auch dann, wenn nicht gerade 10 aktuelle Blu-ray Filmtitel als kostenlose Beigabe mitgeliefert werden. Natürlich zählen die Lager beider Format-Unterstützer die zusammen mit Spieleskonsolen verkauften High Definition-Laufwerke als abgesetzte Player mit, wenn sie monatlich ihre Verkaufszahlen gegeneinander in Stellung bringen. Mit der Sony Playstation 3 scheint die Kalkulation für Blu-ray aufzugehen: Bis zum Jahresende will Sony weltweit mehr als 6 Millionen PS3 verkauft haben und lag nach eigener Aussage trotz verspätetem Verkaufsstart Ende März mit seinen Verkaufszielen im Plan und auch mit der Gesamtzahl verkaufter Abspielgeräte inzwischen an der Spitze. Obwohl Sony noch vor kurzem auf Anfragen der Presse Preissenkungen für die PS3 ausgeschlossen hatte, wurde nun in den USA der Preis für die PS3 mit 60 Gigabyte Festplatte von 599,- um 100,- US Dollar auf 499,- US Dollar gesenkt, wie Sony Tokio mitteilte.

40 Mio HDTV-fähige Fernsehgeräte in Europa

Eine wichtige Grundvoraussetzung für den Erfolg der hochauflösenden DVD-Nachfolger-Formate ist die hohe Marktdurchdringung mit HDTV-tauglichen Fernsehgeräten, denn nur mit einem solchen Bildschirm kommen Besitzer eines HD DVD- oder Blu-ray-Players in den vollen Genuß ihrer hochauflösend abgespielten Filme und Videos. Laut



Sharp AQUOS
Blu-Ray-Player BD-HP20S,
mit HDMI 1.3

der Markterhebung eines der wichtigsten HD DVD-Unterstützer eilt die Markt-Durchdringung mit HDTV-fähigen TV-Geräten in Europa der Verbreitung von High Definition Format Abspielgeräten weit voraus: Bis Ende 2007 werden in Europa rund 40 Millionen HDTV-taugliche Fernsehgeräte bei Endanwendern verfügbar sein. Zu diesem Zeitpunkt wird mit insgesamt rund 750.000 verkauften HD DVD-Playern in Europa gerechnet. Die zunehmende Verfügbarkeit großformatiger Full-HD TV-Geräte wird mit Sicherheit eine große Sogwirkung auf die Verbreitung von High Definition Format Abspielgeräten zur Folge haben. „Full-HD wird Massenmarkt“, stellt der japanische Hersteller Sharp fest. Bei LCD-Fernsehern zeigt sich ein deutlicher Trend zu großen Bilddiagonalen ab 40 Zoll (102 cm). Nach Sharp-Prognose werden bis Ende dieses Jahres 242.500 Full-HD Fernseher in Deutschland verkauft. Damit wird Full-HD vom Nischenprodukt zum Massenmarkt. Sharp, Marktführer für Full-HD LCD-TV in Deutschland, wird auf der IFA mit über 60 Modellen sein größtes Line-Up aller Zeiten von 32 Zoll (81 cm) bis 65 Zoll (165 cm) präsentieren.

Sharp AQUOS Blu-Ray-Player BD-HP20S

Mit Qualität und Vielseitigkeit soll Sharps neuer AQUOS Blu-Ray-Player BD-HP20S überzeugen, den der LCD-Pionier Sharp zur IFA 2007 als jüngstes Mitglied seiner AQUOS Home Entertainment-Familie präsentiert. Der BD-Player gibt High-Definition Inhalte in 1080p-Qualität und im 24p Vollbildverfahren wieder und begleitet das hoch auflösende Filmerlebnis mit eindrucksvollem Sound. Mit dem aktuellen HDMI 1.3 Übertragungsstandard ausgestattet, ist der BD-HP20S ebenso zukunftssicher wie kompatibel zu aktuellen Home Entertainment-Geräten und liefert bis zu 10,2 Gigabyte pro Sekunde an das Ausgabegerät. Lieferbar ab dem 4. Quartal 2007.

Pioneer BDP-LX70A: Netzwerkfähiger Blu-ray-Player

Mit dem BDP-LX70 bringt Pioneer zur IFA seinen ersten netzwerkfähigen Blu-ray-Player mit DLNA nach Europa und setzt neue Technologietrends in der Premium Klasse. Der Blu-ray-Disc-Player mit 1080/24p Unterstützung soll ein kompromissloses HD-Erlebnis in bestmög-

licher digitaler Qualität garantieren. Mit DLNA können multimediale Inhalte von PC, Festplatte oder portalem WLAN-Gerät ohne Qualitätsverlust in das Home Theater gestreamt werden. Der BDP-LX70A besitzt eine HDMI 1.3 Schnittstelle und nutzt die Möglichkeiten des Blu-ray-Formates aus. Er gibt Bild und Ton in der exakten Geschwindigkeit und Bildfrequenz der Originalaufnahme wieder. Für ein natürliches und praktisch verlustfreies Audiovergnügen soll Dolby TrueHD sorgen.

Samsung Multiformat-HD-Player BD-UP5000

Der Samsung Multiformat-HD-Player BD-UP5000 ist der weltweit erste HD-Player, der neben den Videoinformationen der beiden High-Definition-Formate HD DVD und Blu-ray auch ihre multimedialen Inhalte ab-

spielen kann. Der reichhaltig ausgestattete Player soll pünktlich zum Weihnachtsgeschäft zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 999,- Euro in den Handel kommen. „Wir befreien die Filmfreunde von der Qual der Wahl und machen ihnen mit unserem Multiformat-Player die gesamte Palette an hochauflösten Filmen zugänglich“, bestätigt Mike Henkelmann, Product Manager Entertainment bei Samsung Electronics.

Unterstützt werden die Soundformate Dolby Digital Plus (DD+), das Mehrkanal-Audio-System Digital Theatre Sound (DTS-HD, DTS++)



Samsung
BD-UP5000: Multiformat-
Player mit HDMI 1.3

und das verlustfrei arbeitende System Dolby TrueHD. Angeschlossen wird der BD-UP5000 über ein High Definition Multimedia Interface HDMI 1.3. *evo*

Pos-MAIL INHALT

Flachdisplays: Markttrends	... 5
Chunghop bringt Farbe ins Programm	... 6
Display-Lösungen auf den Samsung Display-Days 2007	... 7



Leistungsstarkes Home Entertainment: Sony Bravia Theatre DAV-IS10	... 8
Shure Ohrhörer exklusiv bei Vivanco	... 8
Sharp setzt auf hohe Qualitätsstandards	... 9



Samsung R8-Serie: Attraktive HD ready Designermodelle	... 10
---	--------



Positive Bilanz für expert AG	... 11
-------------------------------	--------

Die IFA wirft ihre Schatten voraus	... 12
IFA-Guide 2007	... 15

T-Mobile demonstriert auf der IFA neue Angebote	... 19
Exklusives Handyzubehör vom „Mitdenker“	... 21
Parrot mit Bluetooth auf der Erfolgsspur	... 23
Tatung IFA-Auftakt: Zwei neue LCD-TV Modellreihen der Oberklasse	... 24
Sennheisers hochwertige Reisekopfhörer	... 25
Audio-Systeme für großformatige Flachbild-TVs	... 26
Panasonic setzt bei Lumix auf neue Technik	... 27



Die neue Sony Vaio CR-Reihe	... 28
Canon: Positive Zwischenbilanz für neues Vertriebssystem	... 29
TK-Nachrichten	... 20
TK-Neuheiten	... 22
Neuheiten	... 6, 24, 25, 28
Aktuell	... 4, 11
Kleinanzeigen	... 30
No(?)sense	... 30
Impressum	... 30

PoS Aktuell

Anton Schalkamp feiert sein 30jähriges bei Bose

Anton Schalkamp, Regional Manager Bose Europe und Geschäftsführer der deutschen und österreichischen Bose-Vertriebsgesellschaften, feiert Anfang August die 30jährige Zugehörigkeit zum Unternehmen. 1977, nach Abschluss seines Betriebswirtschaftsstudiums und ersten Erfahrungen als außergewöhnlich engagierter und erfolgreicher Bose 901-Verkäufer bei einem der ersten HiFi-Fachhändler jener Tage im münsterländischen



Beckum, nahm Anton Schalkamp das Angebot an, seine verkäuferischen Talente als Außendienstler für die damals noch junge Bose GmbH einzusetzen. 1985 folgte die Ernennung zum Geschäftsführer der deutschen Vertriebs Tochter, Anfang der 1990er Jahre kamen Führungsaufgaben im europaweiten Bose-Management dazu. Als einer der „Väter“ des inzwischen beispielhaften Bose Partner 2000-Vertriebskonzepts gestaltete Schalkamp nicht nur den großen Erfolg des eigenen Unternehmens mit, sondern auch den europäischen Qualitätsmarkt für Consumer Electronics.

Dr. Cristina Bacher spricht für Premiere

Dr. Cristina Bacher wird neue Unternehmenssprecherin und Leiterin des Gesamtbereichs Kommunikation bei Premiere. Bacher wird diese Position am 1. August übernehmen und direkt an den Vorstandsvorsitzenden der Premiere AG, Dr. Georg Kofler, berichten. Bacher ist gebürtige Österreicherin, wuchs in Rom auf und promovierte zum Dr. phil. mit einer Abhandlung über die jüdische Gegenwartphilosophie. Sie begann ihre berufliche Laufbahn als Pressereferentin des Jüdischen Museums in Wien. Im Anschluss war sie in verschiedenen Unternehmen für Marketing und PR tätig, unter anderem gestaltete sie Maßnahmen zur

Leserbindung in der News-Gruppe, dem führenden Zeitschriftenverlag Österreichs. Außerdem ist Bacher seit Jahren mit zahlreichen Projekten im Kulturmanagement erfolgreich, sowohl in Österreich wie auch international. Seit Anfang 2006 verantwortete sie die Public Relations für L'Oréal in Österreich.

Sharp Electronics Europe mit neuem CEO

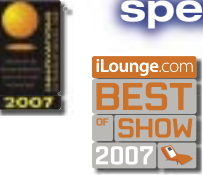
Sharp Electronics hat einen neuen Europa-Präsidenten: Toshiyuki Tajima hat am 1. Juli die Verantwortung für alle europäischen Sharp Handelsniederlassungen übernommen und fungiert zudem als Group Deputy General Manager der Sharp International Business Group. Er folgt auf Hans Kleis, der Ende Juni aus persönlichen Gründen zurückgetreten ist. Toshiyuki Tajima ist Chairman und Managing Director der Sharp Electronics (Europe) GmbH und zugleich Chairman der Sharp Manufacturing Poland Sp. z o.o. Der 60jährige Japaner ist seit 1969 bei Sharp. In den vergangenen Jahren war er CEO von Sharp Amerika, Präsident von Sharp Telecommunications in Europa und zuletzt Präsident der Sharp LCD-Modul Fabrik im polnischen Torun. „Europa ist einer der wichtigsten Auslandsmärkte für unser Unternehmen weltweit. Im vergangenen Finanzjahr konnten wir den europäischen Umsatz um 14 Prozent steigern. Mein Ziel ist es, dieses Wachstum in den nächsten Jahren zweistellig auszubauen. Sharp setzt auf Europa als den Markt der Zukunft!“, so Tajima. Durch die Konzentration auf die profitablen europäischen Schlüssel-Märkte Solar Systems, Document Solutions und LCD-TV konnte das japanische Technologieunternehmen innerhalb der letzten drei Geschäftsjahre



den Umsatz auf dem Kontinent nahezu verdoppeln. Mit einem Umsatz von 493 Milliarden Yen (3,4 Milliarden Euro) und einem operativen Gewinn von 8,1 Milliarden Yen (52,5 Millionen Euro) im Geschäftsjahr 2006 hat das europäische Sharp Business 26 Prozent Anteil am gesamten außerjapanischen Geschäft von Sharp.




Das erste Steuergerät speziell für den iPod!




Mehr Infos unter www.alpine.de

Prof. A.-W. Scheer ist neuer Bitkom-Präsident

Professor August-Wilhelm Scheer, Gründer und Vorsitzender des Aufsichtsrats der IDS Scheer AG, ist neuer Präsident



des Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (Bitkom). Die Wahl erfolgte im Rahmen der Bitkom-Jahrestagung einstimmig. „Ich bedanke mich für das Vertrauen und freue mich auf die Herausforderungen des Präsidentenamts“, sagte Scheer nach seiner Wahl in Düsseldorf. „Die Hightech-Branche steht vor wichtigen Aufgaben: Die Bekämpfung des Fachkräftemangels, neue Gesetzesvorhaben im Telekommunikations- und Medienrecht sowie die Förderung des Technologiestandorts Deutschland stehen ganz oben auf unserer Agenda.“ Einen Schwerpunkt seiner zweijährigen Amtszeit will Scheer in der Bildungs- und Innovationspolitik setzen. Ziel sei es, den Mangel an Fachkräften zu lindern und neue Wachstumskräfte freizusetzen. Dr. Rudolf Gröger, der zunächst als Präsidentschaftskandidat vorgeschlagen war, hatte sich

vor dem Hintergrund anstehender beruflicher Veränderungen entschlossen, von einer Kandidatur für das Amt des Bitkom-Präsidenten Abstand zu nehmen. Gröger, CEO von O₂ Germany, bleibt Mitglied im 15köpfigen Bitkom-Präsidium. Als Vizepräsidenten in ihren Ämtern bestätigt wurden Heinz Paul Bonn, Vorsitzender des Vorstands der GUS Group AG & Co. KG, und Prof. Jörg Menno Harms, Vorsitzender des Aufsichtsrats der Hewlett-Packard GmbH. Neuer Vizepräsident ist René Obermann, Vorstandsvorsitzender der Deutschen Telekom AG. Alter und neuer Schatzmeister ist Prof. Dieter Kempf, Vorstandsvorsitzender der Datev eG. Als neue Mitglieder ziehen Rudi Lamprecht, Mitglied des Zentralvorstands der Siemens AG, und Prof. Claus E. Heinrich, Vorstand der SAP AG, in das Bitkom-Präsidium ein.

Sebastian Hölzl leitet Premiere Marketing

Sebastian Hölzl besetzt ab sofort die Position des Marketingleiters Deutschland, Österreich, Schweiz bei der Premiere Global Services GmbH in München. Der Dipl.-Kommunikationswirt betreut, nach dem Zusammenschluss der beiden Geschäftsbereiche Datacommunication und Conferencing, das Marketing des Global Players vor Ort. Der Fokus seines Aufgabenbereichs liegt im strategischen Marketing Management sowie in der Unternehmens- und Produktkommunikation. Hölzl gilt als Experte für integrierte Kommunikation und Markenbildung. Bei Unternehmen wie der BMW AG und der Grey Worldwide Group trug er dazu bei, neue Perspektiven und Handlungsoptionen als Basis innovativer Produkt- und Kommunikationskonzepte zu entwickeln. Zuvor arbeitete der 32jährige im IT-Fachverlag der Verlagsgruppe Handelsblatt. Als Marketingleiter des H&T Verlags restrukturierte er die strategische Ausrichtung sowie die internen Arbeitsprozesse.

Euronics Deutschland verstärkt den Vorstand

Neben Werner Winkelmann und Benedict Kober zeichnet Guglielmo Mizia seit dem 1. Juli bei Euronics für die Bereiche Ware und Marketing verantwortlich. Der gebürtige Mailänder, der seit Jahrzehnten in Deutschland lebt, ist ein ausgewiesener Kenner der Branche mit langjähriger Erfahrung im Consumer Electronic Markt. Mizia wirkte in den vergangenen zwei Jahrzehnten in leitenden Funktionen bei international renommierten Hausgeräte

LG will zur IFA neue Trends in Design und Innovation setzen

LG will auf der IFA die Besucher in Halle 11.2 auf über 2.700 m² mit Produkthighlights begeistern, die elegantes Design mit Hightech verbinden. Im Mittelpunkt stehen die neuen großformatigen Flachbildfernseher mit 160 GB-Festplattenrekorder für flexibles Fernsehen mit einfachster Bedienung. In den Segmenten Mobile Communication und Information System Products macht LG vor, wie sich Hightech und Design zu Must-have-Produkten der Extraklasse verbinden – vom Multimedia-Handy im Kultdesign bis zum innovativen Monitor mit Wide Color Gamut-Technologie. Die volle Kontrolle über den Fernsehabend bieten die neuen großformatigen High Definition TV-Neuheiten LT85 (LCD) und PT85 (Plasma) mit eingebautem Digital Video Rekorder (DVR). Auf Tastendruck lässt sich das laufende Fernsehprogramm anhalten, zurückspulen und fortsetzen, wann immer der Zuschauer möchte. Mit 160 GB fasst die integrierte Festplatte bis zu 86 Stunden TV-Aufnahmen. Dabei zeichnen sich die LG Flachbildfernseher nach Herstellerangaben durch besonders einfache Bedienung aus. Zu den weiteren Extras gehört ein integrierter Hybrid-Tuner für DVB-T und analoges Kabelfernsehen.

Herstellern. Zuletzt war er als Berater für unterschiedliche Unternehmen der Elektroindustrie und des Dienstleistungsgewerbes tätig. Neben dem Ressort Ware und Marketing, das jetzt von Mizia verantwortet wird, ist Werner Winkelmann zuständig für internationale Beziehungen, Mitgliederbetreuung, Logistik und Public Relations. Benedict Kober leitet im Vorstand die Bereiche Finanzen, IT, Personal und Verwaltung.

Veränderung im JVC-Management

Mit Wirkung zum 1. Juli 2007 wird Jürgen Wilkin (50), Leiter Presse und Unternehmenskommunikation, zum General Manager für den Gesamtbereich Marketing und Kommunikation bei der JVC Deutschland GmbH ernannt. Die Verantwortung für die Bereiche Recht und Personal behält Jürgen Wilkin weiterhin. Jun Ota, 46, leitet auch zukünftig als General Manager den eigenständigen Bereich Product Planning.

Systems 2007 geht mit neuem Claim optimistisch in die Zielgerade

„Ideas for better business – Ideen für bessere Geschäfte“: Mit diesem neuen Claim startet die Systems 2007 in den Messeherbst. Drei Monate vor Messebeginn ist die Stimmung nach eigener Aussage des Veranstalters gut, denn die Anmeldungen liegen aktuell deutlich über Vorjahresniveau.

Für den am 23. Oktober in München beginnenden Entscheider-Treffpunkt rund um die Unternehmens-ITK besteht eine rege Nachfrage der Branche. Einen starken Aufwärtstrend meldet die Systems vor allem für den Ausstellungsbereich „Communications & Networking“ in der Halle B1. Hier ist der Investitionsstau in kleinen und mittelständischen Unternehmen überwunden, der in den letzten Jahren das Geschäftsklima der Telko-Firmen prägte. Die Nachfrage nach modernen

Telekommunikationslösungen wie Voice over IP (VoIP) steigt und die Aufträge nehmen zu.

Als Ursachen für die aus Sicht des Veranstalters erfreuliche Entwicklung wurden in einer Pressemitteilung die zeitliche und räumliche Verdichtung auf vier Tage bzw. fünf Hallen, die Konzentration auf die Kernthemen der Branche, innovative Informations- und Serviceangebote für die Fachbesucher sowie das positive Investitionsklima genannt. „Die Anmeldungen in den letzten zwei Monaten haben uns deutlich nach vorne gebracht, so dass wir allen Grund haben, optimistisch auf die Systems 2007 zu sehen“, bilanzierte Klaus Dittrich, Geschäftsführer der Messe München GmbH.

Mit dem Motto der Messe verbindet Klaus Dittrich Verpflichtungen, die er auf der Systems ab 2007 zukünftig einlösen will: „Mein Ziel ist, auf der Systems ein neues Messeerlebnis zu schaffen, das sie als hochwertige B2B-Veranstaltung erlebbar

macht und sie deutlich von anderen Wettbewerbsmessen abhebt. Die Systems wird für technische Experten interessanter werden und Themen, Trends und Technologien im ITK-Umfeld in den Mittelpunkt stellen, mit denen Unternehmen ihre Produktivität steigern und neue Geschäftspotentiale erschließen können. Die klare und konsequente Fokussierung auf B2B mit einem besonderen Augenmerk auf mittelständische Geschäftsentscheider bleibt dabei bestehen und wird auch in Zukunft fortgesetzt.“

Die Systems 2007 stellt sich wie folgt dar:

- Komprimierte Laufzeit von vier Tagen, um den Return-on-Invest für die Aussteller zu erhöhen.
- Verdichtung der Messe auf fünf Hallen rund um den Eingang West mit klarer Gliederung der kommerziellen ITK-Lösungen auf Basis der Wertschöpfungsketten in den Unternehmen.
- Gebündelte Präsentation der ITK-The-

men der jeweiligen Halle in jeweils einem zentralen Forum mit Vorträgen und Diskussionsrunden gegliedert in die Bereiche „Innovationen“, „Mittelstand“ und „Branchenlösungen“.

- Fokussierung auf vier thematische Schwerpunkte, die zentrale ITK-Entwicklungen in den Mittelpunkt rücken.
- Ausbau der Informationsangebote für technische Entscheider und CIOs in Form von Qualifizierungs- und Weiterbildungsangeboten.
- Realisierung von Networking-Plattformen für homogene Zielgruppen in Form von Kongressen wie die Communication World, die Internet World oder Networking-Möglichkeiten wie Dealers Only, die neue IT(ea)-Time in der IT-Security-Halle, Empfänge und die Eröffnungsveranstaltung.

Die Schwerpunkte der Systems sind:

- IT-Sicherheit: Neue Herausforderungen durch veränderte Kommunikationsstrukturen.

- Neue Modelle für kostengünstige, flexible und intelligente Unternehmens-IT: Serviceorientierte Architecture/Software as a Service.
- Mobiles Arbeiten: Optimale Lösungen für den mobilen Arbeitsplatz und den Zugriff auf Informationen zu jeder Zeit und von jedem Ort.
- Alternative Lizenzmodelle: Open Source Software (OSS) für kleine und mittelständische Unternehmen sowie die öffentliche Verwaltung.

Das Vortragsprogramm der Systems flankiert die Weiterbildungsangebote. Es kann von Fachbesuchern kostenlos in Anspruch genommen werden und vertieft die ITK-Themen durch Diskussionsrunden und Vorträge. Neben betriebswirtschaftlichen und nutzenorientierten Programmangeboten speziell für mittelständische Unternehmen und Branchen stehen hier auch die neuesten Innovationen der ITK-Wirtschaft auf der Agenda.

Flachdisplays: Markttrends

Profitables 2. Quartal für LCD-Panel-Hersteller

Bei stabilen Panel-Preisen und über den Produktionskapazitäten liegender Nachfrage berichten alle koreanischen und taiwanesischen LCD-Panel-Hersteller über ein profitables Geschäftsergebnis im zweiten Quartal 2007: Mit Ausnahme der LG-Display Division von Samsung Electronics und Innolux Display hatten alle Panel-Hersteller in Südkorea und Taiwan im ersten Quartal 2007 rote Zahlen gemeldet. Als Mittelwert einer Reuters-Befragung von 8 Analysten erwartet LG.Philips LCD im 2. Quartal des laufenden Jahres einen Netto-Gewinn in Höhe von 150,1 Millionen US Dollar. In Taiwan beheimatete Analysten gehen von einem noch höheren Quartals-Gewinn für AU Optronics (AUO) und Chi Mei Optoelectronics (CMO) aus. Samsung wird, laut den Analysten, im zweiten Quartal einen höheren Gewinn erzielen, als die im ersten Quartal 2007 erzielten 78,5 Milliarden US Dollar. Weil Chunghwa Picture Tubes (CPT) und HannStar Display bereits Mitte Mai den Wechsel von roten zu den schwarzen Zahlen schafften, fielen die Profite im Juni spürbar höher aus. Alle global führenden Panel-Hersteller erwartet laut den Analysten auch ein gewinnstarkes 3. Quartal. Dazu tragen unter anderem die weiter ansteigende Nachfrage nach LCD-TVs und die zunehmende Marktdurchdringung mit Wide-screen-Notebooks bei.

30 Prozent hellere OLEDs

Magnetisch aktive Nanopartikel können die Effizienz von organischen LEDs um mehr als 30% steigern, berichten US-amerikanische Forscher: Jian Shen und seine Kollegen vom Oak Ridge National Laboratorium benutzen magnetische Nanopartikel, um die Strukturen von polymer-based organic light-emitting diodes (OLEDs) zu höheren Licht-Emissionen anzuregen. Die neue Technologie führt nicht nur zu einer höheren Lichtausbeute, sondern ermöglicht es auch, die Lichtintensität durch ein externes magnetisches Feld zu kontrollieren und zu regeln. Eine typische polymer-basierte OLED-Struktur besteht aus drei Schichten (Layers): Eine dünne, Licht-emittierende Schicht liegt zwischen einer Elektronen-Löcher-transportierenden Schicht und einer Elektronen-transportierenden Schicht (Plus/Minus). Die Licht-emittierende Schicht ist so dünn, dass der Elektronen-Fluss durch diese Schicht hindurch möglich ist und Elektronen-Löcher und Elektronen miteinander rekombinieren können. Shen und seine Kollegen stellen die neuartigen OLEDs her, indem sie Nanodots aus Cobalt-Ferriten (CoFe) einer Chloroform-Lösung mit Polymeren beimischen und als Schicht zwischen dünnen, kontaktierten Glasplatten ausbringen. Die Messungen des Forscher-Teams ergaben, dass eine Anreicherung mit 0,1 Prozent beige-mengten CoFe-Nanopartikeln die Lichtausbeute um 27 Prozent steigert. Dieser Wert erhöht sich auf 32 Prozent, wenn ein externes, magnetisches Feld angelegt wird.

TCL-Forschung: Weitere Verbesserungen für LCD-TVs

Im Rahmen der im Juli veranstalteten FPD Expo Taiwan 2007 berichtete Xiaolin Yan, Präsident der TCL Forschung des chinesischen Consumer-Electronic-Herstellers TCL, dass sich das Marktwachstum bei TV-Geräten in China im vergangenen Jahr verlangsamt hat und sich der chinesische TV-Markt zur Zeit in einer Phase gravierender struktureller Veränderungen befindet: Im Kalenderjahr 2006 wurde nur bei LCD-TVs ein signifikantes Wachstum erreicht, während die Verkaufszahlen für TV-Geräte anderer Technologien, wie CRTs, Plasma-Displays und Rückprojektions-TVs im gleichen Zeitraum zurückgingen. Yan erwartet, dass der Verkauf von LCD-TV-Geräten in China 2009 die gleiche Stückzahl

erreicht, wie die Anzahl der verkauften CRT-TVs. Trotz der Popularität von LCD-TVs betrachtet Yan dieses Prinzip jedoch nicht als die beste Technologie zur Herstellung von Fernsehgeräten und hält deshalb weitere Verbesserungen für dringend erforderlich. Nach wie vor erreiche die CRT-Technologie bei Farbdarstellung und Kontrastverhältnis die besten Werte. Yan erläuterte detailliert, dass die meisten angebotenen LCD-TVs für die Betrachtung von Fernsehprogrammen und Filmen in Wohnräumen eigentlich ungeeignet seien, weil ihre Bilder für die in Wohnräumen üblichen Lichtverhältnisse zu hell sind. In Verkaufsräumen mit ihren zumeist sehr hellen Beleuchtungen machen jedoch LCD-Bilder den besten Eindruck. Ein anderes Kriterium sei die Bewegungsunschärfe der LCD-TV-Bilder bei dynamisch bewegten Bildinhalten, die empfindsame Personen nach einiger Zeit sogar benommen machen können, erklärt Yan. Panel-Hersteller und TV-Geräte-Produzenten machten jedoch bei der Verbesserung ihrer LCD-Systeme ständig Fortschritte. So reduzierte die in qualitativ höherwertigen Geräten zunehmend eingesetzte 120 Hz Bildwechsel-Technologie mögliche Bewegungsunschärfen spürbar. TCL habe inzwischen unter anderem einen dynamischen Backlight-Prozessor entwickelt, mit dem sich das dynamische Kontrastverhältnis von LCD-TVs entscheidend verbessern lässt, führte Yan ergänzend aus.

FPD Taiwan 2007

Auf der International Display Manufacturing Conference and Exhibition (IDMC) 2007, im Taipei International Convention Center (TICC) in Taipei, zeigten 460 Aussteller vom 4. bis 6. Juli neueste Produkte, Komponenten und Produktions-Hilfsmittel für Flachbildschirme. Zu den Ausstellern gehörten 150 Ausrüstungs- und Material-Hersteller. Die Keynotes hielten LJ (Lai-Juh) Chen, zukünftiger COO of AU Optronics (AUO), Mary Lou Jepsen, Gründer und CTO von One Laptop per Child (OLPC), und Guido Aelbers, COO of Polymer Vision. Repräsentanten der Hersteller Canon, Ulvac und AKT berichteten über neueste Ausrüstungs-Komponenten, Großformat-Panel-Technologien und Sicherheits-Standards. Sprecher von AUO und Chi Mei Optoelectronics (CMO) referierten über LCD-Technologien, Farb-Korrektur-Verfahren, Indium Tin Oxide (ITO) Produktions-Verfahren, Anwendungen für neueste zwei Komponenten-Materialien und modernste Backlight Units (BLUs). Motorola zeigte ein neues 4,6 Zoll großes Surface-Conduction Electron-Emitter Display (SED).

Sharp: LCD überholt Plasma auch bei großen Formaten

Auch bei Flach-TV-Geräten mit Bild-Diagonalen größer als 37 Zoll ist die Nachfrage nach LCD-TVs im Begriff, die Nachfrage nach Geräten mit Plasma-Technologie zu überholen, erklärte ein leitender Angestellter von Sharp: Hirotsugu Terada, Chef der Sharp Audio/Video Group, rechnet für die zweite Hälfte des laufenden Wirtschaftsjahres von Oktober 2007 bis März 2008 in Japan mit 1,1 Mil. verkauften großformatigen LCD-TVs und etwa 478.000 im gleichen Zeitraum verkauften Plasma-TV-Geräten.

Noch bis vor kurzem gingen Experten davon aus, dass Plasma-TVs auch zukünftig den Markt für großformatige Bildschirme ab 37 Zoll dominieren würden. Plasma-Bildschirme in diesen Größen seien preiswerter zu produzieren und garantierten die bessere Bildqualität, war die vorherrschende Meinung der Fachleute. Erhöhte Effizienz bei der Produktion von LCD-Panels und signifikante Fortschritte bei der Verbesserung der Bildqualität

Anfang August mit Bildschirm-Diagonalen von 26 Zoll bis 52 Zoll auf dem Markt verfügbar sein. In den USA und Europa sollen die neuen Modelle gegen Jahresende rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft auf den Markt kommen.

Großformat-LCD-TVs von Hitachi im Herbst 2007

Wie der Marktbeobachter Marketwatch und die „Yomiuri Shimbun“ berichten, will der japanische Hersteller Hitachi ab dem kommenden Herbst in China und Europa auch großformatige LCD-TV-Geräte anbieten. In beiden Regionen hat Hitachi im Kampf um Plasma-TV Marktanteile nur bescheidene Erfolge erringen können. Bisher konzentrierte Hitachi sein Angebot an großformatigen Flach-TV-Geräten auf Displays mit Plasma-Technologie. Die schnelle technologische Entwicklung großformatiger LCD-Bildschirme und ständig sinkende LCD-Panel-Preise haben jedoch in einigen Regionen zu hartem Wettbewerb mit Plasma-Displays geführt. Hitachi will deshalb zukünftig in diesen Regionen sowohl Plasma-TV-Geräte wie LCD-TVs anbieten.

Hitachi: Neue großformatige HDTV-Serie

Wie die „Information Week“ berichtet, erweitert Hitachi sein Angebot auf dem US-amerikanischen Markt um eine Serie von 10 neuen High Definition Flach-TV-Geräten mit echter 1080 Full HD-Auflösung. Zusammen mit den 10 neuen Full HD-Modellen mit Bild-diagonalen von 42 Zoll bis 60 Zoll erhöht sich das Flachdisplay-Lineup von Hitachi damit auf nun 14 Modelle.

Drei der neuen Modelle, ein 60-Zoll- und zwei 50-Zoll-Plasma-TVs, sind mit der von Hitachi entwickelten „Reel60“ Technologie ausgestattet. Reel60 verhindert das bei einigen Spielfilmen auftretende Bildruckeln der Bewegungsabläufe, oft auch als „judder“ bezeichnet, das entsteht, wenn ein mit 24 Bildern pro Sekunde aufgenommener Film auf ein Videoformat mit 60 Bildwechseln pro Sekunde umgesetzt wird. „Judder“ wird vorwiegend dann vom Betrachter wahrgenommen, wenn sich schnell bewegte Objekte, wie z. B. Kraftfahrzeuge oder Sportler, im dargestellten TV-Bild waagrecht über den Bildschirm bewegen, oder wenn ein Panorama-Kamera-Schwenk von rechts nach links oder links nach rechts durchgeführt wird. Hitachis Reel60 Technologie analysiert jeden „Frame“ und entdeckt und korrigiert juddering, bevor die Bilder auf dem Bildschirm dargestellt und

vom Betrachter wahrgenommen werden. Zu den Ausstattungsmerkmalen der neuen Modelle gehört die Fähigkeit, den Bildschirm durch Kommando über die Fernbedienung horizontal um 30 Winkelgrade drehen zu können. Auf HDTV-Bildschirmen dargestellte Programminhalte verlieren nämlich gelegentlich an Bildqualität, wenn der Betrachtungswinkel zu weit von der Mittellachse des Bildschirms abweicht. Anwender der neuen Full HD Hitachi-Modelle können nun den Bildschirm optimal ihrer veränderten Betrachterposition anpassen. In die Fernbedienungen hat Hitachi bei Dunkelheit beleuchtete Tasten, sogenannte „glow-in-the-dark keys“, integriert, mit denen die sichere Bedienung des Fernsehgeräts auch bei völlig abgedunkeltem Raum möglich ist, wie es bei der Betrachtung von Spielfilmen oft der Fall ist. Jeder, der schon mal im Dunkeln versehentlich auf die falsche Taste der Fernbedienung seines DVD-Players oder Flachbild-TVs gedrückt und damit die Kino-Illusion abrupt zerstört hat, wird sich in allen seinen Fernbedienungen Hitachis „glow-in-the-dark keys“ wünschen. Die Verkaufspreise der neuen Full HD-Modelle sollen je nach Bildschirmgröße und Ausstattung zwischen 2.500 bis 8.000 US Dollar liegen. Wann diese Geräte in Europa angeboten werden, ist noch nicht bekannt.

LG Electronics startet 8-up Plasma-Display-Produktion

LG Electronics (LG) hat in der ersten Junihälfte auf seiner neuen 8-up Fertigungs-Linie für A3 Plasma Display Panels (PDP) mit der Produktion begonnen. Die neue Technologie ermöglicht LG die Maximierung seiner Produktions-Kapazität. Denn aus einem Glas-Substrat können nun 8 Plasma Display Panels geschnitten werden, statt wie bisher 6. Glas-Substrate der 8-up PDP Produktion haben Abmessungen von 1.956 x 2.200 mm, während die Glass Sheets der bisherigen Produktionsanlagen nur 1.956 x 1.650 mm groß sind. Um die steigende Nachfrage für PDPs bedienen zu können, will LG in der zweiten Hälfte des laufenden Jahres die Effizienz der gesamten Plasma-Display-Produktion erhöhen, teilte Simon Kang, CEO of Digital Display Company, LG, mit. Die Maßnahme sei Teil der bereits laufenden Kampagne zur Verschlankeung und Optimierung aller Produktionsprozesse bei LG, ergänzte Kang. Die optimierte 8-up Produktion wird die Gesamt-Kapazität des Unternehmens für Plasma-Displays um 22% auf nun 440.000 monatlich erhöhen, im Vergleich zu monatlich 360.000 zuvor. Damit wird eine höhere Kapazität erreicht als vor der Schließung der A1 Fertigungslinie von LG bestand. Das deckt sich mit LGs Gesamt-Strategie, in allen Bereichen neue hocheffiziente Produktionslinien zu errichten und parallel dazu ältere, weniger effiziente Anlagen zu schließen. LG hat inzwischen auch mit der Massenproduktion von 50 Zoll großen Full HD Plasma-TVs begonnen, und unternimmt damit einen weiteren, wichtigen Schritt in Richtung der geplanten Fokussierung des Angebots auf Premium Display Products. Laut Prognosen des Marktbeobachters DisplaySearch wird die Nachfrage nach Plasma-Displays auch 2007 weiter ansteigen: Von 2,3 Mill. Stück im 1. Quartal auf 2,7 Mill. im 2., 3,2 Mill. im 3. und 4 Mill. Stück im 4. Quartal.

AUO: Neuer Verkaufsrekord

Der LCD-Hersteller AU Optronics (AUO) hat nach einem Rekord im Mai dieses Jahres für Juni einen neuen Verkaufsrekord bekanntgegeben: Das Monats-Wachstum erreichte im Juni ein Plus von 9,5%. Das Jahreswachstum beträgt hochgerechnet 112,3%. Der Verkauf von großformatigen LCD-Panels erreichte mit 6,84 Millionen Stück im Juni einen neuen Rekord und ein Plus von 5,1 Prozent gegenüber dem Vormonat Mai. Auch der Verkauf von 12,26 Millionen LCD-Panels kleinerer und mittlerer Größen repräsentiert ein Wachstum von 15,1 Prozent gegenüber dem Vormonat. *evo*

Schärfer geht nicht!



☒ Top Ausstattung

☒ Top Preis

☒ Top Marge



Leading Innovation >>>

www.toshiba.de/consumer

bewirken jedoch zur Zeit, dass sich immer mehr Käufer für einen LCD-TV entscheiden. Trotzdem plant Matsushita Electric, bekannt unter seinem Markennamen Panasonic, die Produktion von Plasma-TV-Geräten innerhalb von zwei Jahren zu verdoppeln. Sharp, als ein weltweit führender Hersteller von LCD-TV-Geräten, erwartet 2007 einen Anstieg des eigenen TV-Umsatzes um 50% auf 9 Millionen LCD-TVs im Vergleich zu 6 Millionen Stück im Vorjahr. In seiner 2. Panel-Fabrik in Kameyama, Japan, hat Sharp die Produktion von 30.000 Panels im Januar des Jahres auf jetzt 60.000 Stück monatlich erhöht und will die Kapazität seiner neuen, modernen Anlage auf die volle Kapazität von monatlich 90.000 Stück LCD-TVs ausbauen. Ende Juni stellte das Unternehmen den weltweit dünnsten LCD-TV vor: Die neuen Aquos TV-Geräte mit nur 8,1 cm Gehäuse-Tiefe sollen in Japan ab

Samsung verstärkt Outsourcing von LCD-Panel-Fertigung

Intensive Kostenkontrolle hilft Samsung bei der erfolgreichen Verteidigung seiner LCD-Marktführerschaft: Wie „vnnunet“ aus Taiwan berichtet, werden inzwischen mehr als die Hälfte aller von Samsung verkauften LCD-TVs um LCD-Panels herum produziert, die von anderen, zuliefernden oder kooperierenden Herstellern angefertigt werden. Das weltweit operierende südkoreanische Unternehmen Samsung wurde während seines rasanten Aufstiegs zum Weltmarktführer in zahlreichen Produktbereichen als „Powerhouse“-Hersteller bekannt. Als Antwort auf die in Korea steigenden Kosten für Arbeit intensiviert nun auch Samsung das Outsourcing seiner LCD-Panel-Produktion, um von den geringeren Arbeitskosten in anderen asiatischen Ländern zu profitieren, oder auch, um mit seiner Produktion näher an Ausrüstern und Kunden zu sein: Im ersten Quartal 2007 kamen 54 Prozent der von Samsung in TV-Geräten oder Monitoren verbauten LCD-Panels von Herstellern in China und Taiwan, berichtet der Marktbeobachter iSuppli. Typischerweise entfallen etwa 90 Prozent der Materialkosten eines LCD-TVs oder Monitors auf die Herstellung oder Beschaffung des LCD-Panels. Samsungs wichtigster Zulieferer war in dem beobachteten Zeitraum der taiwanische Panel-Hersteller AUO, der mehr als ein Drittel der von Samsung bei Zulieferern eingekauften Panels lieferte. Chi Mei Optoelectronics, ebenfalls in Taiwan beheimatet, lieferte 14 Prozent der von Samsung auswärts bezogenen LCD-Panels. Wie iSuppli mitteilt, ist Samsung weiterhin mit zur Zeit 16 Prozent Weltmarkt-Anteil der führende LCD-TV-Hersteller.

Neue Universal-Fernbedienungen für den deutschen Markt Chunghop bringt Farbe ins Programm

Chunghop, Marktführer für Universal-Fernbedienungen in China, möchte nun auch auf dem deutschen Markt Fuß fassen. Mit einem Stand auf der IFA will das Unternehmen Handels- und Distributionspartner vom Produktangebot überzeugen.

In Deutschland wird Chunghop zunächst zwei Modellreihen auf den Markt bringen: eine einfache Universal-Fernbedienung in fünf verschiedenen Farben und eine Universal-Fernbedienung mit Touch-Screen in vier verschiedenen Farben, die bis zu sechs Geräte bedienen kann.

„Für den deutschen Markt haben wir ein Portfolio zusammengestellt, das dem Geschmack des Kunden sehr entgegen kommen wird. Zudem legen wir großen Wert auf eine transparente Partnerschaft mit dem Fachhandel, die eine faire Gewinnschöpfung generiert“, so Liu Suisheng, Gene-

ral Manager der deutschen Chunghop Handelsvertretung in Düsseldorf.



Liu Suisheng, General Manager der deutschen Chunghop Handelsvertretung in Düsseldorf

Modell RM-889

Die TV-Universal-Fernbedienung RM-889 wird in den Farben Champagner, Mint, Azur, Tropical und Vanille angeboten. Die Fernbedienung kann über die Standard Code-Eingabe – je nach TV-Modell – oder über einen automatischen Code-Suchlauf programmiert werden. Die Codes werden

in Sekundenschnelle an den Fernseher gesendet. Sobald die Fernbedienung den Fernseher ausgeschaltet hat, stoppt man den Suchlauf und speichert den zuletzt verwendeten Code ab. Danach lassen sich alle grundlegenden Funktionen des Fernsehers mit der Fernbedienung direkt ansteuern.

Modell RM-96

Das All-in-One Modell RM-96 ist für die Ansteuerung der gesamten TV-, Audio- und Videoanlage ausgelegt. Das großzügige LC-Touch-Screen-Display erlaubt die Fernbedienung von TV, DVD, CD, VCR, SAT/Kabel und Verstärker-Anlage aller gängigen Marken. Das Modell wird in den Farben Weiß, Tropical, Kobalt und Mitternacht angeboten.

Fernbedienung als Accessoire

„Wir sprechen mit unseren Produkten auch viele weibliche Käufer an, die von Farbe und



Haptik meist emotionaler angesprochen werden und eine Fernbedienung auch als Accessoire betrachten“, so Liu Suisheng.

„In der Regel kennt man Universal-Fernbedienungen nur in langweiligen dunklen Farben. Wir dagegen werden mit unseren Produkten neue farbige Akzente im Wohnzimmer setzen.

Chunghop auf der IFA

Chunghop wird in diesem Jahr auf der IFA vertreten sein und seine weltweit verkauften Produkte präsentieren. Jeder Händler, der dem Messestand in Halle 2.1, Stand 144 einen Besuch abstattet, erhält ein kostenloses Startpaket mit Testverkaufsmöglichkeit zum Kennenlernen. *miz*

Neuheiten

Avira AntiVir jetzt als Mehrplatz-Lizenz



Der Virenschutz „Avira AntiVir“ ist ab sofort auch als Mehrplatz-Lizenz verfügbar. Das Angebot: „1x kaufen und 3x schützen“ des deutschen Computer-Sicherheits-Experten richtet sich vor allem an Privatanwender und Kleinbüros. Mit einer erworbenen Lizenz darf die Virenschutz-Software nun auf bis zu drei Rechnern parallel eingesetzt werden. Mit dem Dreiplatzlizenz-Angebot lassen sich kleine Netzwerke kostengünstig und zuverlässig gegen schädliche Eindringlinge absichern. Die Dreiplatzlizenz ist für Avira Premium Security Suite zum UVP von 59,99 Euro und für Avira PersonalEdition Premium zum UVP von 49,99 Euro erhältlich. Mit der Software lassen sich beispielsweise ein PC und zwei Laptops in einem Vorgang schützen und der Überblick über Lizenzen und evtl. erforderliche Erneuerungen vereinfachen.

Data Becker TreiberGenie XP



Ohne den richtigen Treiber läuft nichts. Das hat wahrscheinlich schon jeder Computer-Benutzer ein oder mehrere Male leidvoll erfahren müssen. Für solche Fälle bringt Data Becker nun den „Genialen Treibstoff für XP“ auf den Markt: Wenn die Videowiedergabe ruckelt, ein USB-Gerät nicht erkannt wird oder der Drucker streikt, soll TreiberGenie XP weiterhelfen. Durch einen Klick werden optimale Treiber ermittelt und direkt von der DVD auf dem Rechner

Neuer Samsung SyncMaster 225UW eignet sich besonders für Videokonferenzen per Internet



Mit dem SyncMaster 225UW präsentiert Samsung einen Monitor für umweltschonende Video-Kommunikation per Internet. Der 22-Zoll-Widescreen-Monitor ist mit seiner integrierten Zwei-Megapixel-Webcam, Lautsprechern und einem eingebauten Mikrofon perfekt für Video- und Webkonferenzen ausgestattet. Mit der Reaktionszeit von 5 ms, dem Kontrastverhältnis von 700:1 und Betrachtungswinkel von 170°/160° (horizontal/vertikal) ist das neue Multifunktions-Display aber auch universell einsetzbar. Der SyncMaster 225UW ist auf die Bedürfnisse von Anwendern ausgelegt, die das Internet beruflich oder privat per Instant Messaging oder Voice over IP für Sprach- und Video-Webkonferenzen nutzen. Bei dem 22 Zoll großen Widescreen-Monitor sind dazu keinerlei Hardware-Installationen oder zusätzliche Anschaffungskosten erforderlich. Die integrierte Webcam und das Mikrofon werden unter Windows XP einfach über USB-Kabel an den Rechner angeschlossen und automatisch erkannt. Der SyncMaster 225UW ist ab Anfang August zum UVP von 449 Euro erhältlich.



installiert. Mit aktuellen Treibern für über 12.000 Endgeräte und Tuningtools optimiert TreiberGenie XP das Rechner-System. Als erstes überprüft die Software automatisch, ob für die installierte Hardware (Grafikkarte, Soundkarte, Drucker etc.) neue Treiberversionen vorliegen, mit denen weitere Möglichkeiten eröffnet oder die Leistungsfähigkeit des Systems optimiert werden kann. Falls ja, kann der Anwender die ermittelten Treiber direkt von der DVD einbinden. Data Becker TreiberGenie XP bietet 500 „Treiber-Klassiker“ für Endgeräte, für die zum Teil keine Software mehr erhältlich ist. Mit Hilfe des eingebundenen Download-Assistenten können außerdem jederzeit bequem und sicher neue Treiber aus dem Internet ver-

füßbar gemacht werden. Erweiterte Tuning-Optionen für System und Grafik ermöglichen die zusätzliche Steigerung der Performance, wobei sogar die Auswirkungen unterschiedlicher Treiber direkt miteinander verglichen werden können. Die integrierte Konfliktanalyse sorgt dafür, dass die Hardware mit dem neuen Treiber auch tadellos funktioniert. Falls dennoch Probleme auftreten sollten, lässt sich jede Installation per „Undo“-Funktion rückgängig machen. Auch eine Beschleunigung der Internet-Verbindung (Modem, ISDN, DSL) ist über einstellbare Parameter möglich. Die übersichtliche Anzeige der Systeminformationen hält den Anwender ständig auf dem aktuellen Informationsstand. Alle durchgeführten

Aktionen werden sorgfältig protokolliert. Data Becker TreiberGenie XP ist zum UVP von 19,95 Euro erhältlich.

Digitaler Bilderrahmen von Thomson AVA



Der digitale Bilderrahmen Thomson TPF0701 gibt digitalen Fotos und Erinnerungen einen gemeinsamen Rahmen und präsentiert sie im Wechsel auf seinem LC-Display. Die Bilder können bei diesem Gerät auch mit Musik unterlegt und abgespielt werden. Der Bilderrahmen ist kompatibel zu MP3-Audio-Dateien. Das 16:9 Wideformat-Display mit der Bild-Diagonale von 18 cm setzt alle Fotos vorteilhaft in Szene. Die Bilder lassen sich wahlweise als Diashow, in Miniaturansicht oder als festes Motiv betrachten. Die Übertragung von Bildern oder Musikstücken erfolgt über einen USB-Anschluss oder über den integrierten Kartenleser (CF/SD/MMC/MS/MSP). Wenige Knöpfe reichen aus, um das Gerät zu bedienen und Fotos auszutauschen. Die Stromversorgung erfolgt über das mitgelieferte Netzteil. Der TPF0701 von Thomson AVA ist für 149 Euro (unverbindliche Verkaufsempfehlung) verfügbar.

Digitaler Bilderrahmen von Sagem zeigt auch Videos



Sagem Communication bringt mit dem neuen Agfaphoto AF5070M erstmals einen digitalen Bilderrahmen auf den Markt, der neben Fotos auch Videoclips wiedergeben kann. Der 4-in-1-Kartenleser verarbeitet hierzu alle gängigen Formate wie SD (Secure Digital), MMC (Multimedia Card), MS/MS Pro (Memory Stick) und USB (Universal Serial Bus). Das Sieben-Zoll-LCD-Farbdisplay im 16:9-Format (entspricht 18 x 15 cm im klassischen Fotoformat) sorgt mit einer

Auflösung von 480 x 234 Pixeln für scharfe und klare Wiedergabe. Der Wechselrahmen kann in schwarzer oder gebürsteter Alu-Optik genutzt werden. Dank seines internen Speichers von 128 Mbyte lässt sich der Agfaphoto AF5070M auch als portabler Mini-Datenträger und digitales „Foto-Album“ einsetzen. Er ermöglicht eine Diaschau und Clips im MJPEG-Format. Wiedergabezeiten und Zoom-Funktionen sind individuell einstellbar. Fernbedienung, Uhr und Weckerfunktion runden die Ausstattung ab. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung für den neuen Agfaphoto AF5070M lautet 129 Euro.

Neue Audio-Anlagen von JVC fit für den iPod



Bei den neuen Audio-Systemen UX-EP100, NX-PS2 und RA-P11B von JVC wird Konnektivität groß geschrieben: iPod und andere MP3-Player, USB-Sticks oder externe Festplatten finden problemlos Anschluss an die kompakten Geräte. Das Micro-System UX-EP100 mit Systemlautsprecher ist das Designmodell unter den neuen Anlagen von JVC. Sie ist hochwertig verarbeitet und passt optisch in jedes Ambiente. Die leicht zu bedienende und im Würfelformat designte Mini-Anlage UX-EP100 wird durch ein leistungsstarkes Lautsprechersystem ergänzt. Das Modell RA-P11B/RA-P10W ist ein portables Musiksysteem. Damit sorgt der iPod nun auch auf Grillpartys im Garten oder beim Ausflug am Strand für die richtige Sommer-Stimmung. Die neuen Audio-Anlagen von JVC sind ab sofort lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 169,95 Euro für die UX-EP100, 279,95 für die NX-PS2 und 129,95 für die RA-P11B/RA-P10W.

„Eine Klasse für sich“

Display-Lösungen auf den Samsung Display-Days 2007

Parallel zu dem durch harten Wettbewerb und heftige Preiskämpfe bestimmten Display-Markt für Flachbild-Monitore, Bildschirme für Consumer-Anwendungen und LCD- oder Plasma-TVs, entwickelt sich ein neuer, sowohl bei den Umsatzmöglichkeiten als auch den erzielbaren Margen hochinteressanter Markt für Display-Lösungen zum gewerblichen, professionellen oder öffentlichen Einsatz. Mit neuesten B2B-Displays und zahlreichen spezifischen Bildschirm Lösungen trägt Samsung Electronics der Entwicklung Rechnung und baut sein Produktangebot für dieses schnell an Bedeutung zunehmende neue Marktsegment kontinuierlich aus.

Der weltweite Marktführer im Bereich Monitore & Displays spricht als potentielle Geschäftspartner Fachhändler, Reseller, Systemhäuser und Corporate Accounts an. Die aktuelle Produktpalette umfasst USB-Monitore mit UbiSync, Thin Client Displays, hochauflösende Profi-Monitore bis 30 Zoll Bild-diagonale bis hin zu Large Format Displays mit Netzwerkfunktionalität für POS und POI-Applikationen.

Voller Erfolg: Samsung Display-Days Berlin-Frankfurt-München

In der zweiten Juni-Hälfte startete Samsung Electronics mit neuesten B2B-Displays und Bildschirm Lösungen Präsentationen der ganz besonderen Art: In Hands on-Workshops vermittelte Samsung Resellern und gewerblichen Endkunden Detailinformationen aus erster Hand und präsentierte Display-Lösungen aus den Bereichen UbiSync, Thin Client, High Resolution und Large Format. Das Motto der „Samsung Display-Days 2007“ lautete „Selbst Hand anlegen und testen“. Im Rahmen von drei in Berlin, Frankfurt und München veranstalteten Hands on-Workshops hatten Fachhändler, Systemhäuser und Unternehmenskunden Gelegenheit, die aktuellen B2B-Displays von Samsung Electronics in angenehmer Umgebung anzufassen, zu bedienen und in Betrieb kennenzulernen und zu begutachten. Vorgestellt wurden Geräte und Display-Lösungen aus den Bereichen UbiSync (SyncMaster 940UX), Thin Client Displays (SyncMaster 710NT, 920XT auf Windows CE und



Karl Tucholsky, Director IT: „Kompetente Partner sind für Samsung Electronics, Weltmarktführer im Bereich Displays, eine unentbehrliche Säule des Geschäftserfolges. Neben stets aktuellen Produktinformationen gehören Roadshows, Messen und praxisorientierte Workshops, wie die Display-Days, zu den elementaren Maßnahmen unserer Partnerstrategie.“

XP-Basis), hochauflösende Profi-Bildschirme (SyncMaster 214T, 245B, 275T, 305T und SyncMaster XL20 mit LED-Hintergrundbeleuchtung) sowie Large Format Displays mit Netzwerkfunktion, DID-Panel und Full HD-Auflösung (SyncMaster 320PX, 460PXn, 570DX). „Die Dis-



Der SyncMaster 245B, ein Highend-Display mit sehr günstigem Preis, spricht sowohl CAD/CAM-Profis als auch Nutzer im Sound- und Videobereich an. Mit seiner Bildschirmdiagonale von 24 Zoll und der maximalen Auflösung von 1.920 x 1.200 Pixeln bei einem dynamischen Kontrastwert bis zu 3.000:1 ist der 245B für unterschiedlichste Einsatzzwecke geeignet.

play-Days sind ein wichtiger Termin für Samsung, denn hier lassen sich nicht nur bestehende Kundenbeziehungen vertiefen, sondern auch der Mehrwert unserer Produkte und

Lösungen hervorragend darstellen“, charakterisiert Jürgen Reinhard, Product Marketing Manager Displays, die Veranstaltungsreihe. „Die positive Resonanz zeigt, dass wir mit unserem Konzept goldrichtig liegen.“ Rund 300 Fachhändler, Berater aus Systemhäusern sowie IT-Entscheider gewerblicher Endkunden folgten der Einladung zur Teilnahme an den Display-Days. In entspannter Atmosphäre und außergewöhnlichem Rahmen informierten sie sich über neueste Monitorlösungen für den professionellen Einsatz.

VIP-Locations und Real-Life

Der Berliner Workshop fand im futuristisch-eleganten BMW Showroom am Kurfürstendamm 31 statt. Die Teilnehmer konnten Plasma-Display-Lösungen gleich im Live-Einsatz betrachten, denn BMW hatte seine Schaufenster mit Samsung-Displays ausgestattet, so wie auch den BMW Showroom am Lenbachplatz in München, in dem der zweite Workshop stattfand. In Frankfurt wurde der Workshop im VIP-Bereich der Commerzbank-Arena veranstaltet, die ebenfalls mit Samsung-Produkten ausgerüstet war. Das Partner-Konzept von Samsung ging auf: Die Display-Days 2007 fanden bei Fachhandel, Systemhäusern und gewerblichen Endkunden große Resonanz. Allein in München kamen mehr als 100 Partner, um sich mit der Funktionsweise der ausgestellten Geräte-Generation vertraut zu machen. Anschließend bestand Gelegenheit zum Networking in gemütlicher Runde bei ebenfalls reger Beteiligung.



Dirk Schäfer, Sales Manager Professional AV: „Auf Flughäfen, in Bahnhöfen, Wertpapier-Börsen und großen Kaufhäusern hat sich der Einsatz von Displays bereits fest etabliert. Nun wird das Thema auch für den klassischen Einzelhandel sowie für Reisebüros, Auto-Häuser, Apotheken und Arztpraxen immer interessanter.“

Samsung SyncMaster 940UX mit UbiSync-Software

Mit dem neuen 19-Zoll-Display mit Plug & Play-Funktion und USB-Verbindung zur Übertragung des Videosignals lassen sich per USB bis zu sechs Monitore mit unterschiedlichen Anwendungen ansteuern. Der SyncMaster 940UX kann nicht nur über VGA und DVI, sondern erstmals auch per USB-Kabel an einen PC angeschlossen werden. Nach dem ersten Einschalten unter Windows XP erscheint ein neues Laufwerk auf dem Bildschirm, in dem alle erforderlichen Treiber zu finden sind und per Plug and Play installiert werden. Der Trend im Business-Bereich geht hin zum Zweit- und Drittmonitor: Der Einsatz mehrerer Monitore ermöglicht es, alle wichtigen Dokumente zugleich im Blick zu haben. Weil das Hin- und Herschalten entfällt, wird die Produktivität um mehr als 40 Prozent gesteigert. Bisher erforderten solche Lösungen Mehrkosten und Installationsaufwand, weil zwei Grafikkarten mit je zwei Ausgängen erforderlich waren. Mit dem Samsung SyncMaster 940UX wird Multiple-Monitor-Computing so einfach wie nie zuvor: Außer einigen Treibern wird nichts benötigt. Ein einfaches USB-Kabel genügt, um mit der UbiSync-Software bis zu sechs zusätzliche Monitore über einen Rechner anzusteuern. Der SyncMaster 940UX bindet

sich als weiteres Display in das PC-System ein, kann aber auch als primärer Monitor eingesetzt werden. Das USB-Kabel lässt sich auch im laufenden Betrieb einstecken oder trennen, um Monitore hinzuzufügen oder zu entfernen. Die Displays können den Inhalt des primären Bildschirms spiegeln, sind aber als eigenständige Displays auch mit unterschiedlichen Inhalten ansteuerbar. Der SyncMaster 940UX wird besonders gern in der Finanzbranche und der Design-Industrie eingesetzt. Weil mehrere LCDs gleichzeitig miteinander verbunden und angesteuert werden können, ist der 940UX auch als preisgünstiges Informationsmedium einsetzbar, das bei minimalem Aufwand maximale Anzeigenfläche bietet. Mit dem SyncMaster 940UX ist Multi-Display-Betrieb nicht nur an PC-Systemen sondern auch an Notebooks möglich. Die maximale Auflösung der UbiSync-Monitore beträgt 1.280 x 1.024 Bildpunkte (SXGA). Dank drei Schnittstellen am Monitor (VGA, DVI-D und USB) können bis zu drei verschiedene Computer angeschlossen werden. Das Umschalten erfolgt über die Source-Taste. Wenn der SyncMaster 940UX per USB mit einem Windows-XP-System verbunden ist, erkennt das Betriebssystem ein externes Laufwerk und installiert die in einem 6 MB Flash-ROM abgelegte Software. Eine Treiber-CD ist nicht erforderlich. evo

Samsung SyncMaster 940UX: Das 19-Zoll-Display kann nicht nur per VGA und DVI, sondern weltweit erstmals auch über ein USB-Kabel mit dem Videosignal eines PCs verbunden werden. Mit Hilfe der mitgelieferten UbiSync-Software lassen sich über USB bis zu sechs Monitore von einem PC aus mit Bildern unterschiedlicher Anwendungsfenster ansteuern.



Frank Kalisch, Senior Sales & Marketing Manager Display: „Wir bieten Detailinformation aus erster Hand zu neuen lösungsorientierten B2B-Produkten, über die strategische Ausrichtung der Display-Division, aktuelle Marktentwicklungen und Trends der kommenden Monate.“



Sony Bravia Theatre DAV-IS10

Leistungsstarkes Home Entertainment in Golfball-Größe

Zur IFA präsentiert Sony ein neues 5.1-Kanal Heimkino-System, das sich durch ein außergewöhnliches Design auszeichnet und für einen eindrucksvollen Klang sorgt.

Die Design-Anlage Sony Bravia Theatre DAV-IS10 ist mit fünf golfballgroßen Hochtön-Lautsprechern ausgestattet, die diskret im Wohnzimmer Platz finden. Alternativ bietet sich die Möglichkeit, die Boxen mit den im Lieferumfang enthaltenen Klammern an der Wand oder auf optional erhältlichen, schlanken Ständern zu befestigen. Somit können auch große Räume mit 5.1 Surround Sound beschallt werden.

Die Kontrolleinheit der Design-Anlage ist lediglich 21 Zentimeter breit und zehn Zentimeter hoch. Sie beinhaltet einen DVD/CD/MP3-Spieler, einen RDS UKW- und MW-Tuner und den Sound-Prozessor.

Für die Wiedergabe von Standard DVDs auf einem HDTV-fähigen TV-Gerät ist die Anlage mit einem integrierten Upscaler ausgestattet, der die Signale einer DVD in einer High Definition-Auflösung bis hin zu 1080p via HDMI an den Fernseher sendet.

Unkomplizierte Bedienführung

Sonys neues Home Entertainment System ist in seiner Bedienführung ganz unkompliziert. Jeder Raum hat seine eigenen akustischen Charakteristika. Viele Spezialisten sind somit stundenlang mit der richtigen Platzierung der Lautsprecher beschäftigt, die DAV-IS10 erledigt das selbst: Dank Sonys „Digital Cinema Auto Calibration-Technologie“ führt die Anlage innerhalb von 30 Sekunden Tests aus, analysiert die Ergebnisse und errechnet die idealen Parameter für die Lautstärke, Frequenz und Verzögerung der Lautsprecher für den best-

möglichen Surround-Sound. Auch Bravia Theatre Sync trägt zur einfachen und komfortablen Bedienung bei. Dank der über HDMI-Verbindung übertragenen Steuerungssignale kommuniziert die Anlage mit den neuesten Bravia LCD-Fernsehern und HDD/DVD-Recordern.

Das sogenannte CEC-Protokoll (Customer Electronic Control) ermöglicht die „One Touch“-Bedienung des gesamten Sony-Systems. Ein Druck auf die Play-Taste der DAV-IS10 und das Heimkino-System schaltet sich ein, startet den Bravia LCD-Fernseher, wählt den richtigen Eingang und beginnt mit der Wiedergabe des Films. Nach dem Ende des Films einmal „Power off“ bedient, und das gesamte System schaltet sich aus.

Einfache Vernetzung

Für die Übertragung der Lieblings-Playlist von MP3-Player, Mobiltelefon oder Notebook auf die



Anlage im Wohnzimmer bietet Sony optional eine Digital Media Port Dockingstation TDM-BT1. Diese streamt die Musik von mobilen Endgeräten wie zum Beispiel vom Sony Ericsson Walkman, Mobiltelefonen oder dem Sony MP3-Walkman via Bluetooth auf die DAV-IS10.

Zudem gibt es die Dockingstation TDM-NC1, die das Home Entertainment-System mit dem heimischen drahtlosen Netzwerk ver-

binden kann und somit die eigene Musik von einem Vaio Notebook oder anderen Rechnern überträgt. Der „Portable Audio Enhancer“ der DAV-IS10 bereitet die Musik noch einmal auf, bevor sie dann in bester Qualität wiedergegeben wird.

Sonys Bravia Theatre DAV-IS10 ist ab September lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 799 Euro. *miz*

Shure Ohrhörer exklusiv bei Vivanco

Vivanco, europäischer Zubehörspezialist für CE-, IT- und TC-Produkte, ist mit Shure, Hersteller von Premium-Audio-Zubehör, eine Kooperation eingegangen. Seit März vertreibt Vivanco die Modelle der Shure Sound Isolating Ohrhörer exklusiv in Deutschland für die Vertriebskanäle Media Markt, Saturn und den kooperierten Fachhandel.

Die bereits bekannten Shure Sound Isolating Ohrhörer der E-Serie (PoS-MAIL berichtete) sind mit winzigen, leistungsstarken

für jedes Ohr den passenden Tragekomfort und eine gute Isolierung von Umgebungsgläuschen. Neu im Sortiment sind die SE-Modelle SE210, SE310, SE420 und SE530 (PTH). Diese neue Produkt-Serie schließt an die Stärken der E-Serie an und bietet zudem eine Reihe einzigartiger

Merkmale. Dazu zählt die individuelle Klangcharakteristik eines jeden Ohrhörers und eine verbesserte Ergonomie. Die Shure Sound Isolating Ohrhörer eignen sich sowohl für HiFi-Anlagen als auch für portable Endgeräte und bieten einen professionellen Sound.

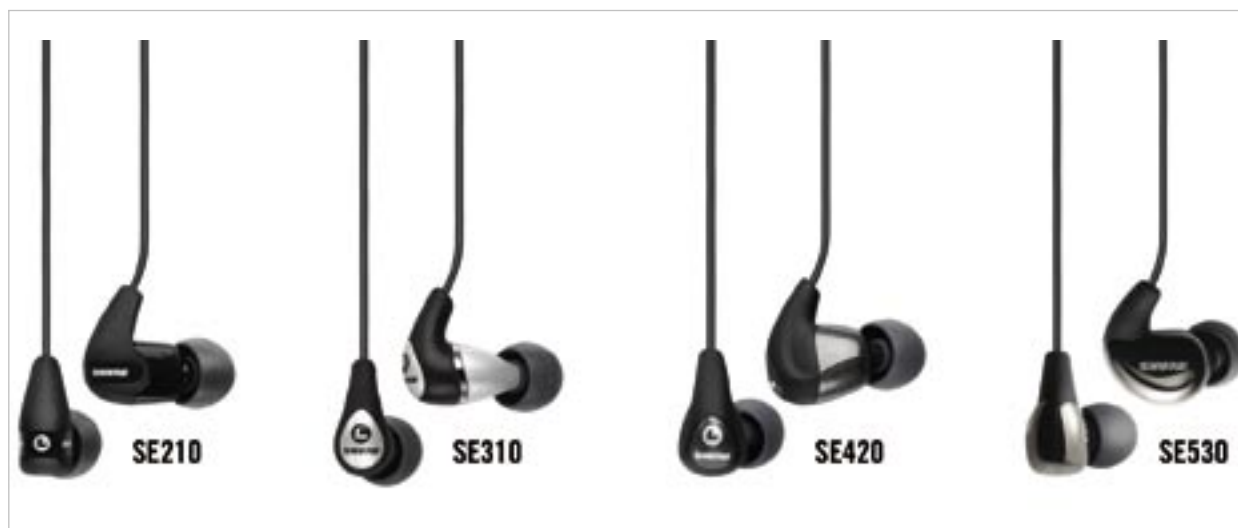
„Wir sind davon überzeugt, dass wir mit der Erweiterung unseres Produktportfolios um die Shure Sound Isolating Ohrhörer unseren Kunden hochwertiges und technisch anspruchsvolles Audio-Zubehör aus dem attraktiven Premium-Segment bieten. Wir freuen



uns auf eine ‚strategische Zusammenarbeit‘ mit Shure“, so Thomas Benecke, General Manager Product Management und Marketing bei Vivanco. Auch Nils Prösser, Marketing Manager Consumer Audio bei Shure EMEA, ist fest von der Kooperation überzeugt: „Vivanco bedient mit seinem hochwertigen Sortiment die für Shure relevanten Distributionskanäle. Mit einem starken Distributionspartner können wir der hohen Nachfrage nach unseren Produkten optimal gerecht werden.“ *miz*



Mikrolautsprechern ausgestattet, die für ein besonderes Klangerlebnis sorgen. Eine große Auswahl an flexiblen Schaumstoff- und Silikon-Ohrpassstücken bietet



Neu im Sortiment sind die SE-Modelle. Die empfohlenen Verkaufspreise betragen zwischen 149 Euro (SE210) und 499 Euro (SE530 PTH).



Sharp setzt auf hohe Qualitätsstandards

Anspruch an die Marke

Den Trend zur Rückbesinnung auf hohe Qualitätsstandards beim Kauf von LCD-TVs beobachtet Sharp schon seit geraumer Zeit. Gemeinsam mit Handels- und Servicepartnern möchten sich das Unternehmen so auf dem Markt positionieren, dass der Gerätepreis nicht das alleinige Kaufkriterium für den deutschen Kunden ist.

Laut GfK wurde im ersten Quartal 2007 eine um 72 Prozent höhere (Vergleich zum Vorjahr) Stückzahl LCD-TVs aus dem hochwertigen Segment verkauft. Kaufentscheidend sei dabei, laut Sharp, der Qualitätsaspekt. Hier stellt Sharp gemeinsam mit seinen

Garantien“, so Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria. „Welche Vorteile der Kauf bei einem ordentlich gelisteten Händler bringt, merkt der Käufer spätestens dann, wenn es zum Servicefall kommt. Hier trennt sich bei den Händlern die Spreu vom Weizen, und es zeigt sich, ob der Kunde eventuell am falschen Ende gespart hat.“

Sharp bietet mit Unterstützung seiner Partner aus Fachhandel und Service einen qualifizierten Home-Service, der dem Kunden weder großen Aufwand noch irgendwelche Kosten verursacht. Qualifizierte Service-Techniker kommen ins Haus, reparieren kleinere Defekte direkt vor Ort oder demontieren das Gerät, verpacken es und unternehmen alle weiteren Schritte, um beim Kunden binnen kurzer Zeit das reparierte Gerät wieder zu installieren.



Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria, und Petra Siegfanz, Marketing Manager, präsentieren unter anderem die neuen Schablonen aus stabiler Pappe in Größe eines Sharp LCD-Fernsehers, die dem Handel kostenlos zur Verfügung gestellt werden.

Entscheidungsphase hinziehen. Grund hierfür sind nicht selten Unklarheiten über alle wesentlichen Kriterien; dazu zähle natürlich die Entscheidung, wieviel Geld man bereit ist, auszugeben und die Unklarheit über alle wesentlichen Kriterien: dazu zählen Modernität, Technik, Ästhetik, Qualität, Bedienung und Zukunftssicherheit. Viele Endverbraucher sind in diesen Punkten sehr unentschieden.

Kompetente Beratung

Die technischen Kenntnisse sind bei den meisten Endverbrauchern sehr gering, hier ist der Handel gefragt. Eine entsprechende Beratung ist darum mehr als notwendig. Sharp bietet seinen Händlern hierfür die notwendige Unterstützung.

„Unser Trainingskonzept ‚Big Size: Große Größen erklärt in 46 Minuten‘ startet im September. Dem Handel bietet sich hiermit die Möglichkeit, die aktuelle Kaufentscheidungsphase des Kunden zu erkennen und ihn entsprechend zu beraten“, so Petra Siegfanz, Marketing Manager bei Sharp Electronics Deutschland.

Sharp sei außerdem eine Kooperation mit dem Bund deutscher Innenarchitekten eingegangen. Beim Kauf eines 42 Zoll großen Aquos stellt Sharp dem Endverbraucher kostenlos einen Innenarchitekten zur individuellen Wohnraumgestaltung zur Verfügung. „Damit möchten wir den Wunsch des Konsumenten nach neuester Technik in Verbindung mit Lösungen für die individuelle Wohnwelt erfüllen“, so Petra Siegfanz. „Hierfür stellen wir dem Handel die entsprechenden Tools zur Verfügung, die dabei behilflich sind, die ‚Probleme‘ des Kunden zu lösen.“ So werden beispielsweise Pappen in Form eines LCD-Fernsehers mit verschiedenen Bilddiagonalen zur Verfügung gestellt. So kann der Endkunde in Ruhe den Papp-LCD zu Hause testen und einen ersten Eindruck von Größe und Wirkung eines Aquos LCD-TVs in den eigenen vier Wänden erfahren.

Wichtig sei es außerdem, die Hemmschwellen beim Kauf herabzusetzen. Dabei komme es insbesondere auf die Ansprache in den unterschiedlichen Kaufphasen an.

miz



Nach dem Prinzip der Babuschka-Puppe stellt Sharp dem Endanwender Papp-LCD-TVs zur Verfügung. Die Schablonen demonstrieren ganz deutlich und originalgetreu, welche LCD-TV-Größe am besten in die eigenen vier Wände passt.

„2+1“ Markenmehrwert

Mit einer verlängerten Garantieleistung bietet Sharp ein erfolgreiches Markenmehrwert-Programm. Als Erkennungszeichen am Point of Sale dient hierfür der „2+1“ Sticker. Kunden können nach dem Kauf eines Sharp-Gerätes bei einem gelisteten Händler dieses registrieren und erhalten nicht nur die gesetzlichen Gewährleistungen, sondern erhöhen die Sharp-übliche Garantie von zwei auf insgesamt drei Jahre. Tritt innerhalb dieser Zeit ein Defekt auf, kommen Sharp-Kunden in den vollen Genuss einer kostenlosen Repa-



Sharp hat die Garantiezeit bei seinen Geräten von den üblichen zwei Jahren um ein weiteres Jahr verlängert. Als Erkennungszeichen am PoS dient dieser Sticker.

raturleistung. Die Registrierung eines Gerätes hilft dem Käufer außerdem im Falle eines Diebstahls oder als Nachweis für eine noch vorhandene Garantiezeit. Darüber hinaus sind die Ausstattung und der Lieferumfang der Sharp LCD-TVs, die über die offiziellen Handelskanäle vertrieben werden, auf den jeweiligen Markt zugeschnitten. Bei Sharp geht man davon aus, dass vor allem im Qualitätssegment das Thema Service künftig noch stärker in den Vordergrund rücken wird. Die Kunden-Anfrage nach immer größeren Bilddiagonalen steige außerdem. Mit größeren LCD-TVs steige auch die Relevanz des Services, heißt es laut Sharp. Die Herausforderung für Logistik und Versand sowie bei Aufbau und Inbetriebnahme der Geräte steige ebenfalls.

„Sharp als Qualitätshersteller

punktet sowohl beim Handel als auch beim Endkunden mit einer ausgewogenen Mischung aus hoher Produktqualität, fairem Preis-/Leistungs-Verhältnis, einer ausgefeilten Servicestrategie und kompetenter Beratung ab dem ersten Informationsgespräch“, so Bolten.

Was möchte der Kunde?

Sharp hat für eine Untersuchung der Zielgruppen von LCD-TV-Geräten und zur Marke Sharp im Wettbewerbsumfeld eine psychologische Studie in Auftrag gegeben.

Kurz zusammengefasst ergibt diese Studie, dass Flachbildfernseher alleine wegen ihres ansprechenden Äußeren im Trend sind und Design eine große Rolle spielt.

Dennoch hängt die Entscheidung beim Kauf eines neuen Fernsehgerätes natürlich von den finanziellen Verhältnissen und den Wohnverhältnissen des Endkunden ab. Die Bedienbarkeit der Geräte spielt ebenfalls eine wichtige Rolle. Von Vorteil sei es, laut Studie, wenn eine Marke gut in das bestehende häusliche Umfeld passt. Eine unkomplizierte Bedienbarkeit ist ebenfalls wichtig. Zu ausgeprägte Innovationen, die unverständliches technisches Neuland darstellen, werden häufig als kritisch angesehen.

Der Kaufentscheidungsprozess ist außerdem oft sehr umständlich und kann sich über eine lange

Samsung R8-Serie: Attraktive HD ready Designermodelle

Ob edel schimmerndes schwarzes Klavierlack-Finish oder klares Perlweiß: Die LCD-Serie R8 von Samsung Electronics ist in jeder Hinsicht sehenswert. Diese Feststellung gilt sowohl für das vollendet wirkende äußere Design wie für die hervorragenden Bildeigenschaften und die umfangreiche Ausstattung aller Modelle. Glänzend sind auch die technischen Werte: Die LCD-Panels erreichen je nach Modell bei den kleineren Zollgrößen ein dynamisches Kontrastverhältnis von 4.000:1 oder 5.000:1 und bei den Geräten ab 32 Zoll Bildschirmdiagonale sogar ein Kontrastverhältnis von 8.000:1. Der Helligkeitswert beträgt bis zu 550 cd/m². Selbstverständlich ist, dass alle Geräte der Produktfamilie das HD ready-Logo tragen. Die LCD-TV-Geräte der R8-Serie sind wahlweise auch mit einem integrierten DVB-T-Tuner erhältlich.

Samsung R8: „Art of Design“

Die betont eleganten Geräte mit ihren Bildflächen im 16:9 Format sind in den Größen 23, 26, 32, 37 und 40 Zoll lieferbar und alle mit einem drehbaren Standfuß ausgestattet. Die Display-Gehäuse sind nicht nur auf der Frontseite, sondern rundherum meisterhaft gestylt und erfreuen mit ihren gefälligen Formen das Auge des Betrachters auch mit ihrer Seiten- und Rückansicht. Sorgfältig gearbeitetes schwarzes Klavierlack-Finish ist der Design-Standard. Einige Sondermodelle sind in Perlweiß erhältlich. Die LCD-TV-Geräte der Samsung R8-Serie sind in zahlreichen Modellvarianten lieferbar und werden nach der Aufstellung schnell zum Highlight in jedem Raum, ganz gleich ob Designer Store, Modehaus oder exklusiv eingerichteter Wohnraum.



23 Zoll Samsung LCD-TV Sondermodell LE23R86 in Perlweiss-Design

Durchdachtes Designkonzept – Starkes Innenleben

Das durchdachte Designkonzept, starke Kontrast- und Helligkeitswerte und zahlreiche Schnittstellen inklusive drei HDMI-1.2-Eingängen für den Anschluss von Zuspelgeräten schaffen bei den 16:9-Modellen der R8-Serie beste Voraussetzungen für perfektes Heimkino-Vergnügen. Der mögliche Betrachtungswinkel liegt bei 178 Grad horizontal wie vertikal. Die Bild Darstellung ist kontrastreich und überzeugt mit lebhaften Farben. Durch den Einsatz von Consumer

Electronics Control (CEC) lassen sich bis zu zehn Geräte, wie beispielsweise Fernseher, Blu-ray Disc Player, Heimkinoanlage oder DVD-Rekorder, über eine einzige Fernbedienung steuern, vorausgesetzt, dass alle vernetzten Geräte CEC unterstützen. Die Kalibrierungsmöglichkeiten wurden gegenüber der R7-Vorgängerserie erweitert. Fachhändler oder Servicepersonal können das Display nun individuell auf Wohnraum und Programmquelle abstimmen. Der optimierte „Movie-Mode“ stellt sicher, dass das dargestellte Bild auf Knopfdruck die den Videostandards entsprechende maximale Qualität aufweist. Die unterhalb des Bildschirms verborgenen Lautsprecher liefern effektvolle Soundklänge. Das Soundsystem SRS Tru Surround XT und die fünf unterstützenden Tonmodi Standard, Musik, Film, Sprache und die benutzerdefinierten Einstellungsoptionen sorgen zudem für räumlich realistische Klang und Live-Atmosphäre. Der absolute Kick für begeisterte Spieler ist der Game-Modus der Geräte. Mit einem Knopfdruck lassen sich Schärfe und Schwarzwert erhöhen und der Sound optimieren.

The Art of Technology

Sendungen, Filme und Videoprogramminhalte werden unter Einhaltung empfohlener Video-Standards, den sogenannten „RP's“ (Recommended Practices), produziert. Damit ein Display derartige Bildinformationen unter Einhaltung der RP's wiedergeben kann, muss seine Bild Darstellung die gleichen Standards einhalten, die der Produktion des



Alle Modelle der R8-Serie sind rundherum perfekt gestaltet.

Bildmaterials zugrundeliegen. Nur auf diese Weise können Bilder dargestellt werden, wie sie vom Regisseur oder Produzenten erschaffen wurden. Deshalb sind Samsung-Displays mit einem optimierten „Film-Modus“ ausgestattet, bei dessen Aktivierung das Display eine optimierte Filmwiedergabe erreicht. Außerdem hat Samsung erstmals eine Farbkorrektur für LC-Displays eingeführt, die eine korrekte Darstellung der drei gängigen TV-Systeme EBU (PAL), SMPTE-C (NTSC) und HDTV ermöglicht.

Movie-Plus (Reverse Pulldown)

Ein Kino-Film wird in der Regel mit 24 Bildern pro Sekunde aufgenommen. Weil TV-Geräte bei HDTV-Programminhalten häufig nur Bildmaterial mit 50 oder 60 Hertz Bildwechselfrequenz akzeptieren, müssen Filme mit 24 Bildern auf 60 Bilder umgerechnet werden. Beim sogenannten 3-2-Pulldown wird deshalb der erste Filmframe dreimal dargestellt, der zweite Filmframe nur zweimal u.s.w. Dadurch entsteht ein Ruckeln (Judder), weil unser Auge eine flüssige Bewegung erwartet, an einer Stelle der Handlung aber dreimal der gleiche Filmframe gezeigt wird. „Movie-Plus“ erkennt 3-2-Pulldown-Bildmaterial und errechnet aus dem dritten und nachfolgenden Frame zwei interpolierte Bilder, die das Bildruckeln kompensieren. Auf diese Weise wird der typische „Judder-Effekt“ deutlich reduziert.

Wide Color Enhancer

Die TV-Systeme PAL (EBU), NTSC (SMPTE-C) und HDTV benutzen



R8-Serie: Angenehme Seitenprofil-Ansicht

unterschiedliche Grundfarben und Farbräume. Das bedeutet, dass die Farbdarstellung bei den drei Farbsystemen sichtbar unterschiedlich ist. Idealerweise verfügt ein Display deshalb über eine Farbkorrektur, die in der Lage ist, unterschiedliche Farbräume zu emulieren. Dank des Wide Color Enhancers mit einem erweiterten Farbraum verfügen Samsungs High-end-Displays über eine weitaus größere Farbraumdarstellung als zur Darstellung der standardisierten TV-Systeme benötigt wird. Dies ermöglicht es, mit einer Farbkorrektur zu arbeiten, die die erforderlichen Grundfarben kalkuliert und unterschiedliche Farbräume emuliert. Im „Auto-Modus“ entscheidet das TV-Gerät nach Analyse des Eingangssignals, welcher Farbraum dargestellt werden muss. Auf diese Weise sieht der Betrachter stets die korrekten Farben, wie sie bereits bei Produktion des Bildmaterials festgelegt wurden.

Korrektes Gamma und Farbtemperatur

Um ein möglichst homogenes und korrektes Videobild zu reproduzieren, besitzen Samsung-TVs ein höheres Display-Gamma, bei dem Schattierungen wesentlich konturierter dargestellt werden. Auf diese Weise wird das analoge Gamma von Röhrenfernsehern dargestellt. Das ist vorteilhaft, weil das Bildmaterial in Studios prinzipiell an CRT-Monitoren finalisiert wird und eine spezielle Charakteristik besitzt, die von Digital-Displays imitiert werden müsste.



40 Zoll Samsung LCD-TV LE40R81B in schwarzem Klavierlack-Finish

Wenn die Farbtemperatur nicht korrekt ist, stimmt die gesamte Farbdarstellung nicht. Deshalb beträgt der Weißpunkt im „Film-Modus“ 6.500 Kelvin (D65) und entspricht damit dem Produktions-Standard.

Spielmodus

LCD-Fernseher von Samsung bieten eine hohe Bildqualität, die mit einem Tastendruck zusätzlich noch für Spiele optimiert werden kann. Dadurch werden größere horizontale Schärfe und schnellere Reaktionszeit bei Spielen möglich. Außerdem sorgt eindrucksvoller Surround-Sound für eine magische Welt der Wunder voller Spannung und Spaß. Der Spielmodus ist für die Xbox 360 optimiert.

Preis und Verfügbarkeiten

Alle Modelle der Samsung R8 LCD-TV-Reihe sind kurzfristig lieferbar. Die UVPs der einzelnen Modelle liegen zwischen 729,- Euro für das 23-Zoll-Modell LE-23R86WD bis zu 1.699,- Euro für das 40 Zoll TV-Gerät LE-40R81W.

evo

Positive Bilanz für expert AG

Umsatzwachstum und zufriedene Konsumenten

Gute Stimmung herrschte im Rahmen der Bilanzpressekonferenz der expert AG, die im Juni in Hannover stattgefunden hat. Die Fachhandelskooperation konnte im Geschäftsjahr 2006/2007 ihren Umsatz steigern und erfreut sich sowohl bei Fachhandelspartnern als auch bei Endanwendern großer Beliebtheit.

Grund zu Freude gab es bei der expert AG allein schon anhand der positiven Bewertung der Zeitschrift „Test“ der Stiftung Waren-test, die nach Besuchen in je sieben Unterhaltungselektronik-Abteilungen von fünf bundesweit vertretenen Fachmärkten und zwei Kaufhäusern zu dem Ergebnis kam, dass sie nur bei der expert gut beraten wurde. „Bei gleichen Preisen aller untersuchten Anbieter punkteten die expert Mitarbeiter mit dem besten Hintergrundwissen und meist erfolgreicher Problemlösung“, heißt es laut „test“.

Der expert AG gehören per 31. März 2007 insgesamt 220 Gesellschafter mit 402 Fachgeschäften an. Sie beschäftigen bundesweit über 6.000 Mitarbeiter. 160 Betriebe der expert-Gruppe besitzen als Vollsortimenter mit Consumer Electronics, Kommunikationstechnik, PC-Hard- und Software und Elektrohausgeräten eine Verkaufsfläche ab 800 qm aufwärts, die laut GfK zu den „technical superstores“ zählen. Im Bereich der Consumer Electronics, zu der hier auch Kommunikationstechnik und Computer Hardware zählen, erzielte die



Der Vorstand der expert AG konnte im Rahmen einer Bilanzpressekonferenz eine positive Bilanz der Verbundgruppe verkünden und blickt ganz zuversichtlich auf die Entwicklung des laufenden Geschäftsjahres.

expert-Gruppe einen Umsatzanstieg von 15,8 Prozent auf 1,67 Mrd. Euro (Vorjahr 1,49 Mrd. Euro, Konsumentenpreis inkl. MwSt.). „Nach wie vor tragen vor allem die Innovationen aus den Bereichen Flachbildfernseher, Navigationsgeräte und Digitalkameras erheblich zu diesem Umsatzwachstum bei“, so Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG, „außerdem zeigte sich verstärkt der Wunsch der Konsumenten nach Geräten mit immer besserer Ausstattung.“

Entwicklung der einzelnen Bereiche

Im TV-Segment legten die Flachbild-Fernseher mit einem Absatzplus von 90 Prozent nochmals kräftig zu, wobei die Nachfrage nach Geräten mit mehr als 31 Zoll Bildschirmdiagonale weiter anstieg. Rückläufig war der Umsatz mit konventionellen Röhren-TVs. Im DVD-Bereich belebte die steigende Nachfrage nach DVD-Recordern mit größerer Festplatte das Geschäft nachhaltig. expert verzeichnete Umsatzzuwächse, die bei weiter fallenden Preisen mengenmäßig plus 17

Prozent und wertmäßig vier Prozent betrugen.

Die DVD-Software sieht sich einem harten Preiswettbewerb ausgesetzt, konnte sich jedoch von dem negativen Trend bei den Musik-CDs absetzen. „Der Streit zwischen den Systemen Blu-ray und HD-DVD spielt sich zu Lasten der Händler und Endanwender ab“, bedauert Volker Müller, „zur diesjährigen IFA werden sich hoffentlich konkretere Lösungen abzeichnen.“

Entgegen dem rückläufigen Markt im Bereich „Entertainment“ DVD, CD, Games – und Anwendersoftware – sei es durch die im vergangenen Jahr gestartete „Softwareoffensive“ gelungen, deutlich positiver abzuschneiden.

Bei DVD-Camcordern sind die Modelle mit Festplatte und DVD-Medien weiter auf dem Vormarsch und werden zu High-Definition-Qualität im TV- und Videobereich beitragen.

Mit den MP3-Playern bestimmte die starke Spreizung des Angebots zwischen Low End und High End Geräten das Geschäft, das sich kontinuierlich positiv entwickelte und bei der expert-Gruppe

Auch der Umsatz der expert-Zentrale stieg

Die expert AG hat ihren Gesamtumsatz im Geschäftsjahr 2006/2007 gegenüber dem Vorjahr um 14,8 Prozent auf 2,49 Mrd. Euro gesteigert. Die positive Entwicklung schlug sich auch im Umsatz der expert-Zentrale nieder, der aus dem Einkauf der angeschlossenen Händler resultiert. Er stieg um 12,7 Prozent auf 1,33 Mrd. Euro. (Vorjahr 1,18 Mrd. Euro, Industrieabgabepreise ohne MwSt.) Hieraus resultierte eine Bonus-Ausschüttung für die Gesellschafter in Höhe von 118 Mio. Euro (Vorjahr 102 Mio. Euro) sowie eine Dividende in Höhe von 12,2 Prozent auf das Grundkapital der Gesellschaft von 22,9 Mio. (Vorjahr 13,9 Prozent).

bereits ein Umsatzvolumen von 19 Mio. Euro generiere (Konsumentenpreis inkl. MwSt.)

Digitalkameras verzeichnen einen Trend zu Chips mit sechs bis sieben Mio. Pixeln, immer größeren Displays sowie zusätzlichen Features und werden vor allem in Fachgeschäften mit ausgewiesener Beratungskompetenz gekauft. Auf dem HiFi-Sektor wirkte sich der Wunsch der Verbraucher nach höherer Tonqualität ihrer neuen Flachbildschirme positiv aus. Wer ein besseres Bild empfängt, möchte auch einen guten Sound erleben. Das Thema „Navigation“ beflügelte den Umsatz im Bereich Car HiFi. Die expert-Händler verkauften im abgelaufenen Geschäftsjahr 100.000 Geräte im Wert von 27 Mio. Euro.

Bei der Kommunikation blieb der Absatz von Endgeräten (DECT-Telefone, Fax-Geräte, Anrufbeantworter) auf Vorjahresniveau. Der Handy-Markt sei laut Aussagen der expert weitgehend gesättigt und werde durch den Trend zum Dritt-Handy mit Prepaid-Karte geprägt. Die Nachfrage nach UMTS-Handys spiele noch keine bedeutende Rolle.

Besonders positiv entwickelte sich der Umsatz mit PC-Hard-

ware. Während der Absatz von Desktop-Geräten sich mit rund 60.000 Geräten auf Vorjahresniveau hielt, boomten Notebooks weiterhin mit einem Plus von 30 Prozent. Hier zielt der Trend auf größere Bildschirme, die in das Home-Entertainment integriert werden können. Das Umweltbewusstsein der Endanwender schlägt sich auf den Wunsch nach stromsparenden Geräten nieder.

Geschäftsjahr 2007/2008

Für das laufende Geschäftsjahr erwartet expert nicht zuletzt wegen des weiter boomenden Geschäfts mit Flachbildfernsehern einen Umsatzanstieg von zirka drei Prozent. Dazu werde die IFA mit weiteren Innovationen ebenso beitragen wie das 40jährige Bestehen von Expert International, das die deutsche expert AG in ihre Marketingkonzepte einbeziehen wird.

Weitere Umsatzimpulse erwartet die Verbundgruppe von der Entwicklung bei den Flachfernsehern von HD ready zu Full-HD und dem Internetprotokoll TV (IP-TV), das über Kabel, Satellit oder Telefon den Empfang von 120 TV-Stationen ermöglicht. *miz*

Pos Aktuell

Kuert Datenrettung repariert beschädigte Speicherkarten

Die Kuert Datenrettung Deutschland GmbH hat ein spezielles Verfahren zur Analyse und Wiederherstellung von beschädigten Speicherkarten entwickelt. Dies kann besonders für Urlauber hilfreich sein, die nach der Rückkehr ihre Bilddaten nicht mehr auslesen können. Ursachen für den Verlust von digitalen Fotos gibt es nach Ansicht von Christoph Fischer, Marketing- und Salesmanager der Kuert Datenrettung Deutschland GmbH, viele. Bei der Beschädigung von Speicherkarten, die einen so genannten Flash-Speicher-



chip enthalten, muss zwischen physikalischen (zum Beispiel durch Sand, Staub, Hitze, Wasser) und mechanischen (zum Beispiel durch unsachgemäßen Transport) Beschädigungen unterschieden werden. Darüber hinaus gibt es auch

sogenannte logische Schäden. Diese können entstehen, wenn die Karte zu schnell oder zu oft aus der Kamera gezogen wird – speziell, wenn das Gerät noch eingeschaltet ist. Zu diesen logischen Schäden zählen auch das versehentliche Löschen, Speichern oder Formatieren von Fotos.

In allen Fällen sollte der Speicherchip gut verpackt in ein Speziallabor geschickt werden, wo eine ausführliche Analyse zur möglichen Datenrettung vorgenommen werden kann. Dabei werden die Wahrscheinlichkeit für die Wiederherstellung der Daten und die exakten Kosten der Datenrettung ermittelt. Kuert Datenrettung führt diese Analyse für den Kunden unverbindlich bereits ab 13 Euro durch. Entscheidet sich der Kunde für eine Datenrettung, werden die Kosten der Analyse darauf angerechnet. Die eigentliche Rettung der Daten wird pauschal mit 100 Euro bis zu einem Gigabyte in Rech-

nung gestellt. Informationen zur Datenrettung bei Fotospeicherkarten gibt es im Internet unter www.datenambulanz.de/datenrettung/fotospeicherkarten/.

Sennheiser meldet Umsatzwachstum

Die Sennheiser electronic GmbH & Co. KG hat das Geschäftsjahr 2006 mit einem Umsatz von 356,5 Millionen Euro abgeschlossen (plus von 18,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr). Mit der Umsatzsteigerung übertraf die Sennheiser-Gruppe das gute Wachstum von 14,8 Prozent im Jahr 2005. Der Ertrag stieg im gleichen Zeitraum von 13,0 auf 16,9 Millionen Euro. „Insbesondere unsere starken Segmente professionelle Drahtlostechnik und Consumer, die engagierte Arbeit in den Bereichen Marketing, Entwicklung und Produktion und der großartige Einsatz unserer Vertriebstöchter und -Partner vor

Ort haben diesen Erfolg möglich gemacht“, erklärte Volker Bartels, Sprecher der Unternehmensleitung und Geschäftsführer Produktion und Logistik. Den größten Umsatz in der Sennheiser-Gruppe erzielten drahtlose Mikrofone mit 94,2 Millionen Euro (plus 15,4 Prozent), das stärkste Wachstum verzeichnete Sennheiser im Segment Kopfhörer mit einem Plus von 39,8 Prozent. Der Gesamtumsatz lag hier bei 93,3 Millionen Euro.

Die nächstgrößten Umsatzanteile hatten drahtgebundene Mikrofone (35,2 Millionen Euro), Konferenztechnik (23,7 Millionen Euro), Audiologie (24,5 Millionen Euro) und Aviation (9,3 Millionen Euro). Der Umsatz der Sennheiser-Gruppe mit Telekommunikationsprodukten des Joint Ventures Sennheiser Communications wuchs um 39,5 Prozent auf 21,5 Millionen Euro.

Die IFA wirft ihre

Knapp sechs Wochen vor Beginn der IFA 2007 herrscht beste Stimmung bei den Veranstaltern und Organisatoren der Leitmesse für Consumer Electronics. Die Zahl der Aussteller werde laut Aussagen der Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik (gfu) und der Messe Berlin deutlich über der vom Vorjahr liegen. Alle großen Vollsortimenter bis hin zu den Spezialisten der Fotobranche sowie den Anbietern von Audio-, HiFi- und Navigationsgeräten werden in den 26 Hallen unter dem Berliner Funkturm die große Leistungsfähigkeit der Consumer Electronics Branche auf einer Ausstellungsfläche von 160.000 Quadratmetern präsentieren. Für mehr Übersicht-

lichkeit auf dem Messegelände soll in diesem Jahr die überarbeitete Segmentierung der Hallenaufteilung sorgen. Die Themenbereiche heißen in diesem Jahr „IFA My Media“ und „IFA Public Media“, „IFA Home Entertainment“, „IFA Communication“, „IFA Technology & Components“ sowie „IFA Audio Entertainment“. Auf den IFA Previews, die in Hamburg und München stattgefunden haben, haben viele Aussteller einige ihrer Neuheiten, die auf der Messe zu sehen sein werden, der Presse vorgestellt. Hier ein kleiner Vorgeschmack auf die IFA 2007:

Philips setzt auf Bildverbesserung

Philips verbessert zur IFA wieder das Bild und präsentiert die neue Perfect Pixel HD Engine. Die LCD-TV-Neuheiten mit Bilddiagonalen von 47 Zoll und 52 Zoll sind nicht nur mit Ambilight, sondern mit Ambisound ausgestattet. Plasma-TVs werden mit Bildschirmdiagonalen von 42 Zoll bis 50 Zoll zu sehen sein. Zudem runden Photo-Frames in verschiedenen Design-Varianten – von Holz über gebürstetes Aluminium bis hin zum Wechselrahmen – die Welt der Philips-Bilder ab. Im Bereich High Definition Recording hat sich Philips für das Blu-ray-Format entschieden. Ein weiterer Hingucker auf dem Philips-Stand sind die in Zusammenarbeit mit Svarowski gestalteten Earphones und USB-Flash-Drives.



Jasmin Bechler, Business Manager Connected Displays bei Philips, sprach auf der Pre IFA über die Neuheiten des Unternehmens.

Sharp mit breiter LCD-TV-Linie

Mit mehr als 60 Modellen ist Sharp in diesem Jahr auf dem LCD-TV-Markt präsent. Sharp kündigt zur IFA außerdem eine ultraflache Designlinie an. „Als Innovationsführer für LCD-TV ermöglichen wir unseren Kunden ein Premium-TV Erlebnis und markieren mit unserem Full-HD Line-Up das obere Ende der



Miss IFA und Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria

Leistungsskala. Dieser Anspruch differenziert Sharp von den sogenannten Großen und liefert unseren Handelspartnern zudem einen entscheidenden Vorteil: Wertschöpfung“, so Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria. Für das Weihnachtsgeschäft hat Sharp außerdem den Blu-ray Player BD-HP205 angekündigt, der auf der IFA vorgestellt wird.

Metz ist für TV-Zukunft gerüstet

Unter dem Slogan Metz – always first class ist das Traditionsunternehmen auf der IFA mit fünf Produktfamilien vertreten. Dabei ergänzen die neuen Linien Linus und Primus das Programm. Highlight der neuen Metz LCD-TV-Generation ist die Kombination von HDTV-Empfang und einem extrem vielseitigen Festplattenspeicher (PVR) mit bis zu 30 Stunden hochwertiger HDTV-Aufnahmekapazität. Bei einigen neuen Modellen bereits integriert, bei vielen anderen nachrüstbar, bietet er die Möglichkeit, zeitversetzt fernzusehen. Einzigartig ist, dass er „im Hintergrund“, zusätzlich zum aktuellen Film, eine andere Sendung aufzeichnet. Mit dieser Simultan-Aufnahme-Funktion gelang Metz eine entwicklungs-technische Meisterleistung.



Dr. Norbert Kotzbauer (links), Geschäftsführer der Metz-Werke, und Matthias Moschner, Leiter Marketing, im Rahmen der IFA Preview in Hamburg.

Grundig setzt neue Maßstäbe

Mit dem neuen Lenaro 100 Hz (lieferbar ab Oktober) setzt Grundig die Erfolgsgeschichte seiner Lenaro-Serie fort. Auch die designorientierte Fine Arts Serie von Grundig wird auf der IFA für Aufmerksamkeit sorgen. Grundig zeigt sich in diesem Jahr besonders designorientiert – was auch der neue Tharus Full HD LCD-TV unter Beweis stellt. „Unsere Pro-



Christian Struck, Leiter Marketing Communications, Grundig Intermedia AG, präsentierte im Rahmen einer Preview die IFA Neuheiten.

dukte sind Gestaltungselemente in den Lebensräumen unserer Kunden. Deshalb müssen wir sie auch an die jeweiligen Wünsche und Bedürfnisse der Zielgruppe anpassen“, so Christian Struck, Leiter Marketing Communications. Kultig in Sachen Design ist auch die Neuauflage der Stereo Kugelboxen Audiorama, die in den 70er Jahren ein absoluter Hit waren. Zum 100. Geburtstag von Max Grundig wird das Nürnberger Unternehmen nächstes Jahr die legendäre Audiorama mit neuer Technologie und modernisiertem Design wieder ins Produktportfolio aufnehmen.



Zum 100. Geburtstag von Max Grundig wird im nächsten Jahr eine Neuauflage der kultigen Audiorama Lautsprecherreihe auf den Markt kommen. Natürlich mit neuer Technologie und in modernisiertem Design.

Hitachis Pixelwelt auf der IFA

„Hingucker“ fürs Wohnzimmer – die diesjährige IFA steht bei der Hitachi Digital Media Group ganz im Zeichen der neuen Großbildfernseher. Auf einem bis zu 60 Zoll großen Full HD Plasma-Fernseher werden bewegte Bilder real, integriertes 250 GB HDD-Recording erhöht die Funktionalität. Auf 772 Quadratmetern werden alle neuen LCD- und Plasma-Fernseher der H-, T- und X-Serie ausgestellt sein. Für die entsprechende Visualisierung sorgen die neuesten Foto-Kunstwerke des japanischen Jungstars Aya Kato. Wer die Vorzüge des Hybrid-Camcorders ken-



Ralf Wietek, Sales Manager Germany bei Hitachi, sieht die IFA auch als überaus erfolgreiche Order-Messe.

nenlernen möchte, kann am Stand an einen Hitachi Camcorder DZ-HS501 „Hand anlegen“. Alle Camcorder Fans dürfen sich außerdem auf eine weitere Neuheit freuen: Hitachi stellt auf der IFA seinen ersten High Definition Camcorder vor.

Samsung: Innovationen für ein besseres Leben

Zur IFA präsentiert sich Samsung wieder mit zukunftsweisender Technologie und zeitgemäßem Design. Zu den Messehighlights



Hans Wienands, Business Director CE, Samsung Electronics Deutschland, sprach auch über die Fachhandelsinitiativen des Unternehmens.

Loewe Connect und Design Affairs

Mit der neuen TV-Familie Loewe Connect möchte Loewe ein neues Zeitalter des Fernsehens einläuten. Connect hat ein modernes Design und bietet sehr gute Vernetzungsmöglichkeiten zu Digitalkameras, MP3-Playern und auch zu PC-Netzwerken. Ein weiterer wichtiger Slogan bei Loewe auf der diesjährigen IFA ist Design Affairs unter dem Loewe die neue Produktlinie Xelos mit Bilddiagonalen von 32 Zoll bis 42



Werner Engel, Leiter Produktmarketing TV bei Loewe, sprach über die neuen TV-Highlights des Unternehmens, die auf der IFA zu sehen sind.



Zoll präsentiert. Der integrierte HDTV Empfänger sorgt für hochauflösende Bilder, die 100 Hertz LCD-Technologie liefert flimmerfreies Fernsehen.

Die Connect-Familie zeichnet sich durch ein außergewöhnliches Design und Konnektivität aus.

Schatten voraus

zählen ein 70 Zoll großer LCD-Fernseher und der erste Hybrid-Player des Unternehmens, der in der Lage ist, sowohl Blu-ray als auch HD-DVD-Formate abzuspielen. Unter dem Motto black is black kombiniert Samsung Full HD-Technologie mit LED-Hintergrundbeleuchtung. Ein Blickfang auf dem Samsung-Stand werden außerdem die neuen MP3-Player sein. So ist beispielsweise der YPS5 Taschenkino und Jukebox in einem.

Fujitsu Siemens präsentiert digitales Zuhause

Fujitsu Siemens Computers präsentiert auf der IFA Produkte für den digitalen Spaß im Wohnzimmer, die zum Weihnachtsgeschäft in den Handel kommen sollen. Zu den Produkt-Highlights zählen neben einem Scaleo Home Server für das vernetzte Heim auch ein Scaleoview Monitor, der für Video-Telefonie optimiert wurde, ein besonders umweltfreundlicher Scaleo Green PC sowie neue und umfangreich ausgestattete Multimedia Notebooks. Im Mittelpunkt

des 538 Quadratmeter großen Standes steht eine 72 Quadratmeter große Show-Bühne, auf der täglich ein abwechslungsreiches Showprogramm geboten wird und attraktive Preise verlost werden.

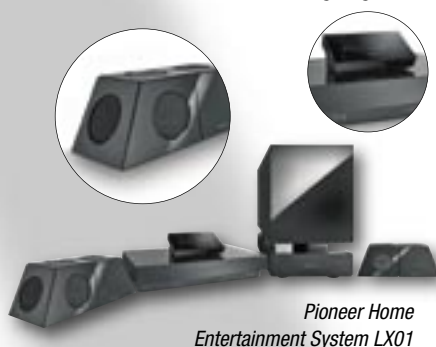
Pioneer mit innovativer Flat-TV-Technologie

Pioneers neueste Plasma-Generation – bisher bekannt unter der Projektbezeichnung Kuro – setzt technologisch neue Maßstäbe. Mit deutlich satteren Schwarztönen, lebendigeren Farben und



Jürgen Timm, Produkt Manager Home Entertainment bei Pioneer, sprach über die neuesten Produkt-Highlights des Unternehmens.

einer höheren Detailschärfe ist es den Entwicklern bei Pioneer gelungen, eine herausragende Bildqualität zu erreichen. Zu den wichtigsten Leistungsmerkmalen der neuen Plasma-Generation von Pioneer zählen die Kriterien Farbe, Performance und Sound. Zu den weiteren IFA-Highlights von Pioneer zählen das neuartige Heimkinosystem LX01 mit 250 GB Festplatte, USB und 3D-Lautsprechern, ein neuer Blu-ray-Player mit 1080/24p Signalverarbeitung – einem für die Wiedergabe von High-Definition-Inhalten richtungsweisenden Standard – sowie diverse AV-Receiver im Einsteiger- und High-end-Segment. Auch in Sachen Car-Entertainment und Navigation wird Pioneer präsent sein und zeigt mehrere innovative Highlights.



Pioneer Home Entertainment System LX01

Pos Aktuell

Samsung: Großer Erfolg für Trainingsoffensive

Samsung Electronics baut den Erfolg seines Händler-Schulungsprogramms kontinuierlich aus: Vom 26. März bis zum 6. Mai 2007 haben 18 Trainer des Samsung WIN-Teams über 2.700 Fachhändler in 550 Shops deutschlandweit mit den TV-Neuheiten von Samsung vertraut gemacht. Mit rund 45 Prozent mehr Teilnehmern als erwartet war die Trainingsoffensive auch in diesem Jahr wieder ein voller Erfolg. Pünktlich zur Markteinführung der neuen M8-LCD-Serie hat das Samsung-Trainerteam auch in diesem Jahr eine umfangreiche Schulungsoffensive für den Fachhandel gestartet: Die Händler konnten sich dabei nicht nur über das neue TV-Sortiment informieren, sondern auch die Funktionsweise der einzelnen technologischen Neuheiten – wie etwa das „Super Clear“-Panel für überlegene Schwarzwerte in hellen Räumen – im Detail kennenlernen. Schwerpunkt der diesjährigen Trainingsoffensive war die neue M8-Full HD-Serie, die mit maximaler HDTV-Auflösung (1080p) und „Super Clear LCD“ neue Maßstäbe in der LCD-Technologie setzt. Außerdem Teil des Programms: die „Samsung Kalibrierungs-Initiative“. Samsung schult seine Fachhändler gezielt darauf, ihren Kunden vor Ort eine Display-Kalibrierung anbieten zu können. Bei der Display-Kalibrierung wird das TV-Gerät individuell an die Bedürfnisse des Kunden und die Raumgegebenheiten angepasst, was maximale Bildqualität zur Folge hat. Die Händler profitieren im Rahmen der Trainingster-

mine vom Know-how der Samsung-WIN-Team-Profis und können ihr neu erworbenes Wissen zu Produktvorteilen und Technologien der Samsung-Geräte zukünftig optimal im Verkaufsgespräch mit Kunden einsetzen. Zur Verkaufsförderung wurde jeder Schulungs-Teilnehmer deshalb mit einer Trainings-Mappe ausgestattet, die neben Info-Broschüren zu Produkt-Sortiment und Kalibrierungs-Initiative den Trainings-Inhalt in digitaler Form auf CD-Rom bereithält. Das zusätzliche Online-Produkt-Training in der Samsung Partner Lounge ermöglicht den Teilnehmern außerdem, einen Großteil des Schulungsinhalts zur Wissensauffrischung bei Bedarf abzurufen.

Kooperation zwischen Logitech und Carl Zeiss

Logitech und Carl Zeiss haben ihre exklusive Zusammenarbeit bei der Verbesserung der Bildqualität für Videokommunikation bekanntgegeben. Die exklusive Zusammenarbeit zwischen Carl Zeiss und Logitech stellt einen wichtigen Schritt in der Entwicklung von Webcam-Optik dar. Carl Zeiss hat die optische Innovation in der Fotografie von Anfang an vorangetrieben. Logitech hat 1995 seine erste Webcam herausgebracht und war seit Beginn der Videokommunikation über das Internet wesentlich an der Entwicklung der Webcam-Technologie beteiligt. Gemeinsames Ziel der beiden Unternehmen ist es, einen neuen Standard der Bildqualität von Webcams zu schaffen. Die ersten in Zusammenarbeit mit Carl Zeiss entwickelten Webcams – die Logitech QuickCam Pro 9000 und die Logitech QuickCam Pro für Notebooks – sind in den USA und Europa seit Juli erhältlich. UVP: 99 Euro.

Tritec Service GmbH feiert 15jähriges Bestehen

Die Tritec Service GmbH, Experte für den technischen Service für Camcorder, Foto-technik und Office-Produkte, feiert ihr 15jähriges Bestehen. Mit heute rund 35 Mitarbeitern repariert die autorisierte Werkstatt Geräte der Marken Canon, Sharp, JVC, Kyocera, Yashica und Contax. „Die kontinuierlichen Investitionen in unsere Mitarbeiter und modernes Equipment zahlt sich jetzt für uns aus“, meinte Geschäftsführer Frank P. Hoffmann. Aufgrund von Investitionen in die Techniker-Mannschaft und modernste Gerätschaften ist das Serviceunternehmen nun in der Lage, neue Marken in sein Portfolio aufzunehmen.

Deutsche Hightech-Produkte gefragt

Im ersten Quartal 2007 hat Deutschland seinen Importüberschuss bei ITK-Produkten um 34 Prozent auf 2,5 Milliarden Euro verringert. Im Vorjahresquartal lag der Überschuss noch bei 3,8 Milliarden Euro. Das teilte der Bundesverband, Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien (BITKOM) mit. Grund für die Entwicklung sind insbesondere geringere ITK-Importe, die im ersten Quartal um 9,6 Prozent auf 13,9 Milliarden Euro sanken. Die Exporte von Informations- und Kommunikationstechnik sowie Unterhaltungselektronik gingen dagegen nur leicht um 1,1 Prozent auf 11,4 Milliarden Euro zurück. „Ziel der Hightech-Industrie ist es, mittelfristig wieder einen Exportüberschuss zu erzielen“, sagt Ulrich Dietz, Mitglied des BITKOM-Präsidiums. „Dazu bedarf es ver-

Toshiba mit High-end LCD-TVs

Die IFA ist für Toshiba ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu weiterem Wachstum, hieß es auf der IFA Preview. Der Wachstumskurs



Sascha Lange, Senior Product Manager CTV, Toshiba Europe, präsentierte die Toshiba TV-Highlights, die auf der IFA zu sehen sein werden.

des Unternehmens werde derzeit vor allem von High Definition als Entertainment-Qualitätsstandard der Zukunft und Flachbild-Displays angetrieben. Neben Playern konnte Toshiba auch mit der konsequenten Umsetzung des Trends High Definition im LCD-Bereich Erfolge feiern. Darauf aufbauend werden mit der Einführung einer neuen Generation

hochwertiger HDready und Full HD Regza LCD-TVs zur diesjährigen Funkausstellung neue Bild-, Ton- und Designkonzepte vorgestellt. Abgerundet wird das Portfolio durch das Designkonzept „Picture Frame“, das den LCD-TV zum schicken Wohnaccessoire werden lässt. Bei den noch kompakteren und schlanken Flachbildfernsehern konnte die Breite des Rahmens um den TV-Bildschirm auf unter 2 cm gebracht und damit mehr als halbiert werden.



stärker Anstrengungen der Unternehmen in Forschung und Entwicklung sowie einer gezielten Innovationspolitik.“ Der Export von Geräten der Informationstechnik legte im ersten Quartal um 9 Prozent auf 6,3 Milliarden Euro zu, die Ausfuhr von Unterhaltungselektronik sogar um 24 Prozent auf 2,4 Milliarden Euro. „Die Hightech-Unternehmen in Deutschland haben im ersten Quartal ihre Position auf dem Weltmarkt bei IT-Hardware und Unterhaltungselektronik gestärkt“, sagt Dietz. Grund für das Minus in der Exportbilanz für ITK-Produkte ist die geringere Ausfuhr von Kommunikationstechnik, zu der unter anderem Netzwerktechnologie für Telefonnetze und Handys gehören. Dietz: „In der Telekommunikation macht sich die Insolvenz des Handy-Herstellers

BenQ bemerkbar. Im Gesamtjahr 2006 sind die ITK-Exporte um 5,5 Prozent auf 46,6 Milliarden Euro gestiegen. Die Importe legten sogar um 10,7 Prozent auf 58,3 Milliarden Euro zu. Deutschland exportiert seine Hightech-Produkte überwiegend in den europäischen Raum. Die Hauptabnehmerländer waren im ersten Quartal 2007 Großbritannien, Frankreich und Italien. Steigende Bedeutung kommt Osteuropa zu. Allein die Exporte nach Russland sind im ersten Quartal um 20 Prozent auf rund 536 Millionen Euro gestiegen. Russland liegt damit im Ranking der wichtigsten Abnehmerländer auf Platz sechs. Die größten Importländer befinden sich in Asien. An der Spitze steht mit weitem Abstand China, gefolgt von Japan und Korea.

Sony auf der IFA

„In Zukunft Berlin“ heißt es für die Sony Deutschland GmbH nach abgeschlossenem Umzug ins Sony Center Berlin. Zum Start am neuen Standort lud Geschäftsführer Manfred Gerdes am 22. Juni 2007 zur internen Mitarbeiterveranstaltung am Potsdamer Platz ein. Im Rahmen der Veranstaltung begrüßte der Regierende Bürgermeister von Berlin, Klaus Wowereit, Sony Deutschland offiziell in der Hauptstadt und gab die Teilnahme des Unternehmens an der diesjährigen IFA bekannt. Sony Deutschland werde die IFA 2007 gezielt als Handels- und Orderplattform nutzen, heißt es in einer Pressemitteilung des Unternehmens. Mit ausschließlicher Fokus auf Handelspartner präsentiert Sony vom 31. 8. bis 4. 9. 2007 in Halle 7.2. sein gesamtes Produkt-Portfolio der Consumer Electronics, IT, Professional Solutions und Recording Media. Im Mittelpunkt werden zahlreiche Neuheiten rund um die einzigartige Sony High Definition World, insbesondere Blu-ray Player, Bravia LCD-Fernseher sowie Highlights aus dem Segment Digitale Fotografie mit den Marken Cyber-shot, Handycam sowie Alpha stehen. „Gemeinsam mit der Messe Berlin haben wir in konstruktiven Verhandlungen ein innovatives und maßgeschneidertes Konzept für Sony Deutschland entwickelt. Die gezielte Nutzung der IFA 2007 als Vertriebsplattform bietet uns neben einer klaren Positionierung optimale Bedingungen für intensive Gespräche mit dem Handel. Dem entsprechend begrüßen wir die Entscheidung der IFA-Veranstalter, die strategische Integration der Fachhandelskooperationen weiterzuentwickeln und auszubauen“, so Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH.

**TV
SPIELFILM**

präsentiert den



PLUS X AWARD®

**BESUCHEN SIE DIE HALL OF FAME DES GRÖßTEN
TECHNOLOGIE-CONTESTS EUROPAS.**

Erleben Sie in einer ganzen Halle auf 1.100 m² die besten Produkte des Jahres.
Vom 31.08. bis zum 05.09.2007 auf der IFA in Berlin, Halle 7.2.

EP:
ElectronicPartner



Die Hall of Fame ist eine Kooperation
mit ElectronicPartner.



GIGA sendet tägliche TV-Shows
live aus der Hall of Fame.

Die offiziellen Partner des Plus X Awards:





IFA- GUIDE 2007

Kurz und bündig

IFA ist:

- die weltgrößte Messe für Consumer Electronics mit über 1.049 Ausstellern und 212.494 Besuchern (2006)
- der Orderplatz Nr. 1 der Branche mit einem Ordervolumen von 2,5 Mrd. EUR
- eine Fach- und Publikumsmesse zugleich – besondere Services für die Fachbesucher, vielseitige Programmangebote und Events für Endverbraucher

Messedauer und Öffnungszeiten

31.8.–5.9.2007, 10.00–18.00 Uhr

IFA-Ticketshop

Bestellen Sie Ihre IFA-Tickets online im IFA-Ticketshop und registrieren Sie sich automatisch für die IFA. Ihre Vorteile: Sie erhalten Ihre IFA-Tickets zu günstigen Vorverkaufskonditionen (bis zum 30. August 2007). Für den Eintritt auf das Messegelände steht Ihnen ein „Roter Teppich“ zur Verfügung, die „Fast Lane“ als separater Eingangsbereich zur IFA. Die Messe Berlin bietet Ihnen als Fachbesucher zahlreiche Services an. Alles, was Sie zum Ticketkauf benötigen, ist eine Kreditkarte und ein Drucker. Sie wählen Ihr gewünschtes Ticket im IFA-Ticketshop aus. Nach Abschluss des Bezahlvorgangs erhalten Sie eine E-Mail mit Ihrem Ticket im PDF-Format als Anhang. Nun müssen Sie Ihr Ticket nur noch ausdrucken.

Hinweis: Die Registrierung als Fachbesucher ist an den Erwerb eines Fachbesuchertickets oder an das Einlösen eines Eintrittskartengutscheines gebunden. Sie erfolgt automatisch beim Kauf dieses Tickets bzw. beim Einlösen des Gutscheines.

Ticketpreise für Fachbesucher:

Im Vorverkauf :

Fachbesuchertagesausweis: 29 Euro
2-Tages-Fachbesucherausweis: 41 Euro

An der Tageskasse:

Fachbesuchertagesausweis: 33 Euro
2-Tages-Fachbesucherausweis: 49 Euro

Weitere Bestellmöglichkeiten für Ihr IFA-Ticket

Fax/E-Mail: Tickets per Fax +49 (0) 30 - 3069 6930 oder per E-Mail: kartenservice@messe-berlin.de bestellen (auf Rechnung, ab einem Bestellwert von 30 Euro, zzgl. einmaliger Versandkostenpauschale von 4 Euro).

Ticketkauf vor Ort: in allen Reisezentren und an Verkaufsschaltern der Deutschen Bahn, bundesweit (nur Tageskarten für Privatbesucher), in allen S-Bahn-Verkaufsstellen und an der Vorverkaufskasse im ICC.

Für Fachbesucher aus dem Ausland

Bitte beachten Sie: Als Fachbesucher aus dem Ausland erhalten Sie bei unseren Auslandsvertretungen besondere Konditionen beim Ticketkauf. Bitte wenden Sie sich direkt an die jeweilige Auslandsvertretung der Messe Berlin in Ihrem Heimatland.

Registrierung vor Ort

Natürlich ist an den IFA-Messtagen auch der Erwerb eines Fachbesucher-Tickets an den Tageskassen und eine Registrierung vor Ort möglich. Südeingang: ab 8 Uhr; Nord- und Osteingang: ab 10 Uhr.

Internationaler Fachbesucher-Empfang

... ist ein 800 m² großer, exklusiver Bereich nur für Fachbesucher. Hier finden Sie alle Unterlagen und Informationen für einen gut geplanten Messebesuch und Raum für Gespräche abseits vom Messestress.

Ort: Halle 1.1 (Nähe Südeingang)

Öffnungszeiten: täglich ab 8 Uhr an Messtagen geöffnet

Services: Kostenloses Fachbesucherfrühstück, Informationscounter, kostenfreier Internetzugang in der Internetlounge, kostenloser IFA-Katalog und Fachbesucherpackage, Internationaler Fachpressestand mit einer vielfältigen Auswahl an internationalen Zeitschriften aus dem CE-Bereich, die kostenlos für Sie zur Verfügung stehen

Kostenloser Shuttle-Service

Flughafen Tegel – Messegelände, P+R Olympiastadion – Messegelände sowie auf dem IFA-Messegelände: Ein Fachbesucher-Shuttle begleitet unsere IFA-Gäste von allen offiziellen Eingängen des IFA-Messegeländes an den Eingang Süd. Auf dem IFA-Gelände steht ein Fachbesucher-Shuttle für die gesamte Messelaufzeit täglich zur Verfügung.

Wichtige Aussteller nach Hallen

Halle 1	Audiovox GmbH 2b/110 Bernstein Audio 2b/110 Canton Elektronik GmbH & Co. KG 2/107 expert AG 1/136 Heco Audio Produkte GmbH 2b/110 Kenwood Electronics Deutschland GmbH 2/105 Magnat Audio Produkte GmbH 2b/110 Marantz GmbH 2/110 Oehlbach Kabel GmbH 2a/103 Onkyo Europe Electronics GmbH 2/109a Pioneer Electronics Deutschland GmbH 2/101 Revox GmbH 2 Schnepel GmbH & Co. KG 1/110 Strong Deutschland GmbH 1/131 Teac Europe GmbH 2/112 TechniSat Digital GmbH 1/211 TechnoTrend AG 1/200 Yamaha Elektronik Europa GmbH 2/106	Halle 2	Aiptek International GmbH 1/138 beyerdynamic GmbH & Co. KG 2/102 Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH 1/136 Trinloc GmbH 2	Halle 3	quadral GmbH & Co. KG 2/121 Sennheiser Electronic GmbH & Co. KG 2/107	Halle 4	Sharp Electronics (Europe) GmbH 2/101	Halle 5	JVC Deutschland GmbH 2a/104 Panasonic Marketing Europe GmbH 2/a,b	Halle 6	Deutsche Telekom AG, T-Com 2a/103 Funai Europe GmbH 2/105 Loewe AG b/201	Halle 7	Daewoo Electronics Europe GmbH 2/b ElectronicPartner Gruppe 2/c Plus X Award – Hall of Fame 2c/2	Halle 8	Sagem/Hall of Fame 2c/2 Sony Deutschland GmbH 2/a	Halle 9	Clarion Europa GmbH 1/108+109 Funkwerk Dabendorf GmbH 1/121 Navigon AG 1/111 TomTom International BV 1/102	Halle 10	Hama GmbH & Co KG 2/110 Monster Europe Ltd. 2/110	Halle 11	Casio Europe GmbH 1/101 LG Electronics Deutschland GmbH 2 NextBase GmbH 1/124 Technaxx Europe GmbH 1/118	Halle 12	MAS Elektronik AG 102 Tobit Software AG 117	Halle 13	Fujitsu Siemens Computers GmbH	Halle 14	Maxfield GmbH 1 TerraTec Electric GmbH 1 Traxdata 1	Halle 15	Ansmann Energy GmbH 1/125	Halle 16	BHS Binkert GmbH 1/108 Canopus GmbH 1/135 Glyn GmbH & Co. KG 1/110 Sakar Germany GmbH 1/117 SanDisk 1/130 Toshiba Electron. Europe GmbH 1/110 Transcend Inf. Trading GmbH 1/109 Verbatim GmbH 1/131	Halle 17	Archos Deutschland GmbH 205 Axdia International GmbH 113 Nikon GmbH 115 Olympus Deutschland GmbH 102 Pentax Europe GmbH 109	Halle 18	AKG Acoustics Harman/Becker Automotive Systems GmbH Harman International Harman Kardon Infinity JBL Lexicon Sun Audio Mark Levinson Sun Audio Revel Sun Audio Sun Audio GmbH	Halle 19	Samsung Electronics GmbH	Halle 20	Epson Deutschland GmbH b/103	Halle 21	Metz-Werke GmbH & Co KG 1b	Halle 22	Philips GmbH	Halle 23	Grundig Intermedia GmbH b Hitachi Digital Media Group	Halle 24		Halle 25	Cyberhome Europe AG 125 DK digital GmbH 125 Kaern GmbH 110 Logitech GmbH 113 Schnepel GmbH & Co. KG 116, 122 soundmaster – Wörlein GmbH 115 Tatung Netherlands B.V. 109 Umax Systems GmbH 123	Halle 26	Humax Digital GmbH 219 Hyundai IT Europe GmbH b/315 Ingram Micro Distribution GmbH 102 Mitsubishi Electric Europe B.V. 201, 202 Optoma Deutschland GmbH 123 Texas Instruments DLP Products 218	Freigelände	Canon Deutschland GmbH 2401 Kodak GmbH 2041
---------	--	---------	--	---------	--	---------	---------------------------------------	---------	--	---------	--	---------	---	---------	--	---------	---	----------	--	----------	---	----------	--	----------	--------------------------------	----------	---	----------	---------------------------	----------	---	----------	--	----------	---	----------	--------------------------	----------	------------------------------	----------	----------------------------	----------	--------------	----------	--	----------	--	----------	--	----------	---	-------------	---

Die wichtigsten Aussteller von A-Z

A	Aiptek International GmbH AKG Acoustics Alac GmbH Ansmann Energy GmbH Archos Deutschland GmbH Audiovox GmbH Axdia International GmbH	2.1/138 18 4.2/207 15.1/125 17/205 1.2b/110 17/113
B	Belkin Components GmbH Bernstein Audio beyerdynamic GmbH & Co. KG Theresienstraße 8 • 74072 Heilbronn Tel: 07131/617-0 • Fax: 07131/617-199 www.beyerdynamic.de BHS Binkert GmbH Dr.-Rudolf-Eberle-Str. 12 • 79725 Laufenburg Tel: 07763/728-0 • Fax: 07763/928-399 www.bhsbinkert.de • info@bhsbinkert.de	4.2/203 1.2b/110 2.2/102 15.1/108
C/D	Canon Deutschland GmbH Europark Fichtenhain A 10 • 47807 Krefeld Tel. 02151/345-0 • Fax: 02151/345-102 www.canon.de Canopus GmbH Canton Elektronik GmbH & Co. KG Casio Europe GmbH Bornbarch 10 • 22848 Norderstedt Tel: 040/52865-0 • Fax: 040/52865-100 www.casio-europe.com Clarion Europa GmbH CyberHome Europe AG Daewoo Electronics Europe GmbH Denon Deutschland GmbH Deutsche Telekom AG, T-Com DK digital GmbH	Freigelände 2401 15.1/135 1.2/107 11.1/101 8.1/108+109 25/125 7.2b 1.2b/201 6.2a/103 25/125
E/F	ElectronicPartner Gruppe Mündelheimer Weg 40 • 40472 Düsseldorf Tel: 0211/4156-0 • Fax: 0211/4156-310 www.electronicpartner.de • ElectronicPartner zeigt in einem EP: Musterfachgeschäft neben den klassischen IFA-Trends Produktwelten und Multimedia. Hier finden die Besucher Innovation, Design und Lifestyle, gepaart mit dem Service, der den Unterschied macht. Zusammen mit dem Plus X Award zeigen wir eine einzigartige Präsentation. Epson Deutschland GmbH expert AG Fujitsu Siemens Computers GmbH Funai Europe GmbH Funkwerk Dabendorf GmbH	7.2c 21b/103 1.1/136 13 6.2/105 8.1/121
G/H	Glyn GmbH & Co. KG Grundig Intermedia GmbH Beuthener Str. 41 • 90471 Nürnberg Tel: 0911/703-0 • www.grundig.de Hama GmbH & Co KG Harman/Becker Automotive Systems GmbH Harman International Harman Kardon Heco Audio Produkte GmbH Hitachi Digital Media Group Humax Digital GmbH Hyundai IT Europe GmbH	*15.1/110 23b 10.2/110 18 18 18 1.2/110 23 26/219 26b/315
I/J/K/L	imaging+foto-contact C.A.T.-Verlag Blömer GmbH • Freiligrathring 18-20 40878 Ratingen • Tel: 02102/2027-0 • Fax: 02102/2027-90 www.worldofphoto.de • Aktuelle News: www.worldofphoto.de • imaging+foto-contact ist die größte Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche. Der Name imaging+foto-contact drückt deutlich das Konzept dieser Zeitschrift aus: die wichtigsten Zielgruppen der gesamten Foto- und Imagingbranche abzudecken.	4.2/33
M/N	Magnat Audio Produkte GmbH Marantz GmbH Mark Levinson Sun Audio MAS Elektronik AG Maxfield GmbH MBA Marken-Vertriebs GmbH Düsseldorfer Str. 189 • 45481 Mülheim/Ruhr Tel: 0208/9416740 • Fax: 0208/9416741 info@sherwood-mba.de Medion AG Metz Werke GmbH & Co KG Mitsubishi Electric Europe B.V. Monster Europe Ltd. Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH Navigon AG NextBase GmbH Nikon GmbH	1.2/110 1.2/102 18 12/102 14.1 4.2/212 4.2/101 21.1b 26/201, 202 10.2/110 2.1/136 8.1/111 11.1/124 17/115
O/P	Oehlbach Kabel GmbH Olympus Deutschland GmbH Wendenstr. 14-18 • 20097 Hamburg Tel: 040/23773-0 • 040/23773-4105 www.olympus.de	1.2a/103 17/102
	Onkyo Europe Electronics GmbH Optoma Deutschland GmbH Panasonic Marketing Europe GmbH Winsbergring 15 • 22525 Hamburg www.panasonic.de Pataco GmbH Pentax Europe GmbH Philips GmbH Phoenix Gold Pioneer Electronics Deutschland GmbH Plus X Award – Hall of Fame Montanusstr. 62 • 41515 Grevenbroich Tel: 02181/28595-0 • Fax: 02181/28595-199 www.plusaward.de • Hall of Fame – die spektakuläre Leistungsschau des Plus X Awards: Produktsieger in Innovation, Design, Bedienkomfort und Ökologie werden auf 1.100 m² erlebbar gemacht. Eine tägliche TV-Sendung vor Ort präsentiert die Top-Technologien aus 11 Sparten. Pos-MAIL C.A.T.-Verlag Blömer GmbH • Freiligrathring 18-20 40878 Ratingen • Tel: 02102/2027-0 • Fax: 02102/2027-90 www.posmail.de • Das erfolgreiche Medium für den High-Tech-Markt. Jeden Monat informiert Pos-MAIL aktuell über die Innovationen im Bereich Unterhaltungselektronik, Foto, IT und Telekommunikation – ergänzt durch digitale Medien im Internet unter www.pos-mail.de und einen E-Mail-News-Service.	1.2/109a 26/123 5/2a,b 4.2/206 17/109 22 4.2/212 1.2/101 7.2c/2 4.2/33
Q/R/S	quadral GmbH & Co. KG Revel Sun Audio Revox GmbH Sagem Comm. Germany GmbH Sakar Germany GmbH Frankfurter Str. 95 • 65479 Raunheim Tel: 06142/210187-70 • Fax: 06142/210187-91 info@sakar-germany.de • Content to go: Hochwertige MP3-Player von Sakar mit zielgruppengerechten Inhalten, z. B. Schlagermix aus den 70er/80er Jahren, Rock, Cocktail-Musik und Hörbücher. Für Kinder gibt es diverse Märchen sowie Kinderlieder.	3.2/121 18 1.2 2c/2 15.1/117

MY MEDIA

Imaging, Photo, Video, MP3, Computing, Memory Solutions

Digitalkameras

BHS Binkert GmbH
Canon Deutschland GmbH
Casio Europe GmbH
CyberHome Europe AG
Kodak GmbH
Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH
Nikon GmbH
Olympus Deutschland GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Pentax Europe GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Sakar Germany GmbH
Sony Deutschland GmbH
Technaxx Europe GmbH

Camcorder

BHS Binkert GmbH
Canon Deutzschland GmbH
Hitachi Digital Media Group
JVC Deutschland GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Sony Deutschland GmbH
Technaxx Europe GmbH

Speichermedien

BHS Binkert GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Glyn GmbH & Co. KG
Hama GmbH & Co KG
Ingram Micro Distribution GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH

Olympus Deutschland GmbH

Panasonic Marketing Europe GmbH
Pentax Europe GmbH
Philips GmbH
SanDisk
Sony Deutschland GmbH
Toshiba Electronics Europe GmbH
Transcend Information Trading GmbH
Traxdata
Verbatim GmbH
Vivanco Gruppe AG

Video-Nachbearbeitung

BHS Binkert GmbH
Canopus GmbH

MP3-Player

Archos Deuschland GmbH
Axdia International GmbH
BHS Binkert GmbH
Daewoo Electronics Eruope GmbH
DK digital GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Hama GmbH & Co KG
Ingram Micro Distribution GmbH
Lextronix
LG Electronics Deutschland GmbH
Magnat Audio Produkte GmbH
Maxfield GmbH
Medion AG
Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Sakar Germany GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sony Deutschland GmbH

SoundCast
Technaxx Europe GmbH
TechniSat Digital GmbH
Transcend Information Trading GmbH

E-Bilderrahmen

Aiptek International GmbH
BHS Binkert GmbH
Hama GmbH & Co KG
Kodak GmbH
NextBase GmbH
Philips GmbH
Sakar Germany GmbH

PDA

Archos Deutschland GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Sony Deutschland GmbH

Notebooks

Fujitsu Siemens Computers GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Medion AG
Panasonic Marketing Europe GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Sony Deutschland GmbH

Monitore

BHS Binkert GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH

Hyundai IT Europe GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Tatung Netherlands B.V.

Drucker

BHS Binkert GmbH
Canon Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH
Kodak GmbH
Samsung Electronics GmbH

Digitale Diktiergeräte

Olympus Deutschland GmbH
Philips GmbH

Zubehör

Ansmann Energy GmbH
Archos Deutschland GmbH
Belkin Components GmbH
beyerdynamic GmbH & Co. KG
BHS Binkert GmbH
Canon Deutschland GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Hama GmbH & Co KG
Kodak GmbH
Lexicon Sun Audio
Logitech GmbH
Metz-Werke GmbH & Co KG
Monster Europe Ltd.

COMMUNICATION

Telecommunication, Cable, Mobiles, Navigation, IP, Net Solutions, Antennas

Car Entertainment

Archos Deutschland GmbH
BHS Binkert GmbH
Clarion Europa GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
DK digital GmbH
Hama GmbH & Co KG
Harman Kardon
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
NextBase GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Sony Deutschland GmbH

Mobiltelefone

Deutsche Telekom AG, T-Com
Grundig Intermedia GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Sagem Comm. Germany GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Toshiba Electronics Europe GmbH

Handy-TV

LG Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH

Festnetz

Deutsche Telekom AG, T-Com
Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame

VoIP

Deutsche Telekom AG, T-Com
Hama GmbH & Co KG
Panasonic Marketing Europe GmbH
Philips GmbH

DECT

Deutsche Telekom AG, T-Com
Panasonic Marketing Europe GmbH
Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame

Freisprechanlagen

Hama GmbH & Co KG
Plus X Award – Hall of Fame

Wireless LAN

Deutsche Telekom AG, T-Com
Medion AG
Philips GmbH

DSL-Anbieter

Deutsche Telekom AG, T-Com

Webcams

Axdia International GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Hama GmbH & Co KG
Logitech GmbH
Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH
Pataco GmbH
Philips GmbH
Sakar Germany GmbH
Technaxx Europe GmbH
TerraTec Electronic GmbH

Navigation

BHS Binkert GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Funkwerk Dabendorf GmbH
Hama GmbH & Co KG
Harman/Becker Automotive Systems GmbH
Harman Kardon
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Maxfield GmbH
Navigon AG
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
TechniSat Digital GmbH
TomTom International Sales BV

Sat-Receiver

BHS Binkert GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Humax Digital GmbH
Loewe AG
Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH

Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Strong Deutschland GmbH
TechniSat Digital GmbH
Umax Systems GmbH

DVB-T Receiver

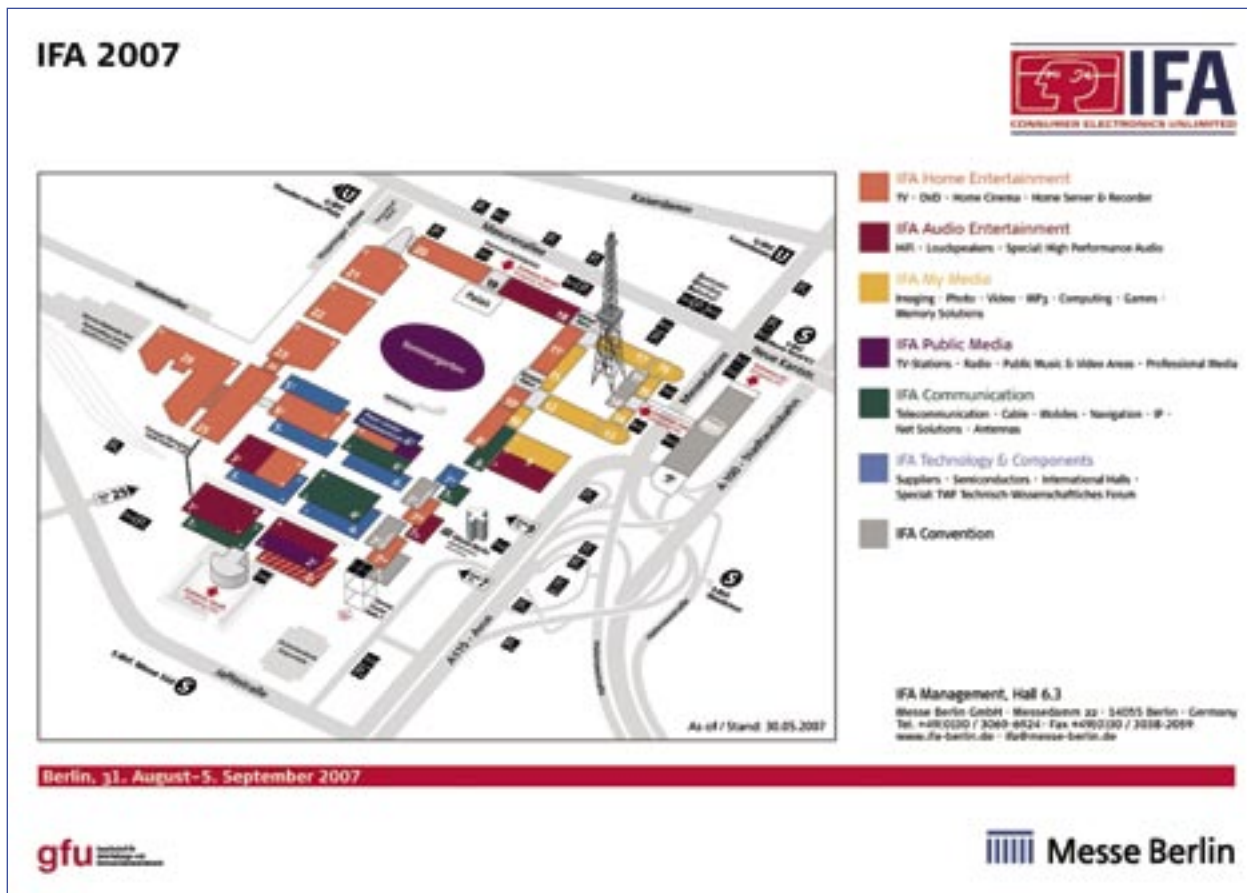
Aiptek International GmbH
Archos Deutschland GmbH
BHS Binkert GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
DK digital GmbH
Funai Europe GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Humax Digital GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
Loewe AG
NextBase GmbH

Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Samsung Electronics GmbH
Strong Deutschland GmbH
Technaxx Europe GmbH
TechniSat Digital GmbH
TerraTec Electronic GmbH

Zubehör

Ansmann Energy GmbH
Axdia International GmbH
Belkin Components GmbH
BHS Binkert GmbH
CyberHome Europe AG
Deutsche Telekom AG, T-Com
Funkwerk Dabendorf GmbH
Hama GmbH & Co KG
Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH

Panasonic Marketing Europe GmbH
Pataco GmbH
Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Sherwood
Strong Deutschland GmbH
Technaxx Europe GmbH
TechniSat Digital GmbH
TechnoTrend AG
Vivanco Gruppe AG



T-Mobile demonstriert auf der IFA neue Angebote

Mobile Jukebox, Super SMS und Bundesliga live

Auch auf der diesjährigen IFA wird T-Mobile wieder demonstrieren, wie sich die Welt des mobilen Infotainments und der mobilen Multimedia-Anwendungen weiterentwickelt hat. Passend zur Messe stehen dabei Themen wie Musik und Fernsehen im Vordergrund, aber auch neue Service-Angebote, einige davon speziell für die Community junger Nutzer geschaffen, und neue Geräte wird es auf dem Stand 103 in Halle 6.2 zu sehen geben. Einen ersten Eindruck davon, was bei T-Mobile geboten wird, konnten sich Fachjournalisten auf den vom Hightech-Pressclub veranstalteten IFA-Previews in München und Hamburg verschaffen.

Im August will T-Mobile sein Mobile Music-Angebot um die neue Plattform Mobile Jukebox erweitern. Wesentlicher Unterschied zu ähnlichen Online-Musikangeboten ist, dass zum Herunterladen der verschiedenen Titel kein spezielles Programm mehr erforderlich ist, sofern der Nutzer über ein kompatibles Endgerät verfügt. Zum Start von Mobile Jukebox läuft die Anwendung auf 34 aktuellen Handymodellen. Auf der Plattform finden Mobiltelefon-

Besitzer mehrere hunderttausend Titel aller bekannten Labels als Musikstücke in voller Länge. Der Einzeldownload auf das Handy kostet pro Stück 1,49 Euro. Im Kaufpreis enthalten ist eine PC-sowie eine für das Handy optimierte Version.

Super SMS und myfaves

Mit dem neuen Mobilfunkdienst Super SMS können T-Mobile-Kunden mobil chatten und dabei die gesamte Unterhaltung bequem

auf dem Display des Handys verfolgen. Der neue Textservice kann bereits jetzt kostenlos getestet werden. Super SMS funktioniert derzeit mit einem der folgenden



Super SMS von T-Mobile ermöglicht das mobile Chatten per Handy.

Handymodelle: Nokia 5300, 6280, 6288 oder Sony Ericsson K510i, K550i, K800i, K810i, W200i, W850i, W880i, Z310i. Die erforderliche Super SMS Software kann man sich kostenlos beschaffen, indem man eine SMS mit dem Stichwort „supersms“ an die Kurzwahl 2222 im T-Mobile-Netz schickt.

Live-Übertragungen der Fußball-Bundesliga sind nur eines von vielen TV-Angeboten, das T-Mobile mit seinem Dienst MobileTV anbietet.

Bei T-Mobile in den USA hat sich der neue Community-Dienst myfaves schon etabliert, in Deutschland wird er den Kunden des Bonner Netzbetreibers auch bald zur Verfügung stehen. Mit diesem Service funktioniert die Kontaktpflege laut T-Mobile besonders einfach. So können T-Mobile-Kun-

glieder können sich über Fotos und Videos austauschen, an Gewinnspielen teilnehmen und sind jederzeit über alle Events informiert.

Außergewöhnliche Konzertauftritte stehen im Mittelpunkt der T-Mobile StreetGigs. Den Auftakt der Reihe gab es Ende Juni mit den Punkrockern Billy Talent auf einem Kölner Autofriedhof. Das Besondere an diesen Veranstaltungen ist laut T-Mobile, dass alle Events kostenlos sind. Location und Künstler werden auf www.t-mobile-streetgigs.de immer erst kurz vor dem Konzert bekanntgegeben.

Mittlerweile international etabliert hat sich die Musik- und Lifestyle Community Electronic Beats. Sie bringt Fans von Advanced Music aus ganz Europa zusammen.

Fußball-Bundesliga live

Mit MobileTV bietet T-Mobile seinen Kunden ein umfassendes Programmpaket aus Information, Sport und Unterhaltung – von aktuellen Serien über Nachrichten bis zur Fußball-Bundesliga. Bis Mitte Oktober überträgt T-Mobile alle Spiele kostenlos und live auf das Handy. Als Teil des Basisangebots von MobileTV fallen für die Nutzung des Programms keine zusätzlichen Kosten an. Es entstehen keine Kosten für die Inhalte.

Zwei Jahre web'n'walk

Einen der Schwerpunkte auf dem IFA-Stand von T-Mobile wird darüber hinaus das mobile Internetangebot web'n'walk einnehmen, das inzwischen seit zwei Jahren auf dem Markt ist.



Der neue Dienst myfaves stellt die fünf wichtigsten Kontakte auf dem Display groß heraus.

den ihre fünf Favoriten jederzeit als Foto oder persönlich gewähltes Icon auf ihrem Handydisplay sehen und Kontakte besonders komfortabel verwalten.

Community-Angebote

Daneben hat T-Mobile erste eigene Community-Angebote erfolgreich etabliert. Eine Kombination aus Action-Sport und Festival-Feeling bietet zum Beispiel Extreme Playgrounds (im Internet unter www.t-mobile-playgrounds.de). Mit-



Extreme Playgrounds wendet sich an eine junge Zielgruppe, die Spaß an Action-Sport und außergewöhnlichen Konzerterlebnissen hat.

MDA Touch und MDA Vario III ergänzen das MDA-Portfolio bei T-Mobile

Neu bei den PDA Phones der MDA Serie ist bei T-Mobile der MDA Touch, der seinen Benutzern auf Basis des aktuellen Betriebssystems Windows Mobile 6 neue Möglichkeiten der Multimedia-Kommunikation für unterwegs beschern soll. Die intelligente „Touch-FLO“-Technik des 2,8 Zoll großen Touchscreen-Displays sorgt für hohen Bedienkomfort beim Telefonieren, bei der Arbeit mit den Office-Programmen oder bei der Nutzung der Multimedia-Funktionen. Alle Anwendungen lassen sich per Fingerdruck oder per Stift aufrufen, aktivieren und steuern. Zum Verfassen von Texten steht eine Qwertz-Tastatur auf dem Display zur Verfügung. Zur guten Bedienbarkeit des MDA Touch trägt darüber hinaus der übersichtliche Homescreen (das Startmenü) bei. Er bietet über drei große Anzeigen direk-



ten Zugriff auf E-Mails und SMS, Kalender und Kontakte sowie auf acht bevorzugte Anwendungen und die Vier-Tage-Wettervorschau. Bluetooth 2.0, WLAN, EDGE und USB, 128 MB integrierter Speicher und eine im Lieferumfang enthaltene 1 GB große microSD-Karte sind weitere Ausstattungsmerkmale.

Für September angekündigt wurde außerdem der Vario MDA III, der als erstes Windows Mobile 6-Gerät HSDPA bis zu 3,6 Mbit pro Sekunde, UMTS, GPRS, EDGE und GSM unterstützt. Zur Ausstattung gehören weiterhin ein integrierter GPS-Empfänger für die mobile Navigation, WLAN, Bluetooth, USB

und ein neu konzipierter Startbildschirm. Auch eine Drei-Megapixel-Kamera mit CMOS-Chip und eine vollwertige Qwertz-Tastatur wurden in das Gehäuse integriert. Ein umfangreiches Softwarepaket für Office und Multimedia rundet die Ausstattung des MDA Vario III von T-Mobile ab.

PoS Aktuell

ENO Serviceteam wird Partner des Herstellers Huawei

Der chinesische Hersteller Huawei hat das Serviceteam des Nordhorer Distributors ENO, die ECC ESC International GmbH, als einziges Servicecenter in Deutschland zertifiziert. Der Hersteller lässt ab sofort alle in Deutschland verkauften UMTS-Phones, Datenkarten und Modems in Nordhorn reparieren. Den Vertrag hat ENOs Servicecenter aufgrund seiner vielfältigen Erfahrung im Bereich Mobilfunk, Festnetz sowie weiterer Produktbereiche wie Navigation bekommen. Eine derartige Flexibilität ist so im deutschen Markt selten zu finden. Das hat bei den Chinesen den Ausschlag für die Entscheidung, ENO als Partner zu verpflichten, gegeben. Wieder konnte das Serviceteam sich auf seine Verträge und vor allen Dingen seine Auszeichnungen der letzten Monate berufen. „Wir sind sehr erfreut, mit Huawei einen weiteren internationalen Partner in unserem Portfolio zu haben und gemeinsam den Marktaufbau in Deutschland zu beeinflussen“, so Gerhard Dobben, Leiter Prozessentwicklung im ECC ESC. Das Serviceteam von ENO hat alle notwendigen Zertifizierungsschulungen der technisch innovativen Waren absolviert und steht dem Handel zur Verfügung.

Herweck Partner vermarkten jetzt auch Verträge der debitel AG

Bei Herweck ist ab sofort auch die Vermarktung von Mobilfunkverträgen der debitel AG möglich. Die bestehende Produktpalette wird damit um die Angebote von Deutschlands größtem Provider ergänzt. Im Fokus der Vermarktung stehen alle Aktionen rund um die debitel Top-Handys in Verbindung mit Neuverträgen. Das erfolgreiche Modell der sofortigen Provisionsauszahlung gilt auch für die Freischaltung von debitel-Mobilfunkverträgen. Nach Eingang der Originalverträge wird sofort die Auszahlung veranlasst. Desweiteren wird Herweck als Hardwarelieferant für bestehende debitel Vertragspartner zur Verfügung stehen. Um debitel Verträge schalten zu können, ist das Unterzeichnen des Vertriebspartnervetrags und das Einsenden eines Gewerbenachweises notwendig. Den Vertriebspartnervvertrag sowie weitere

Informationen zu debitel erhalten Fachhändler bei ihrem persönlichen Herweck Ansprechpartner, bei Oliver Röhlinger, Telefon 06849-9009-131 oder per E-Mail unter oroehlinger@herweck.de. Die Nutzung des webbasierten debitel-Freischalt-systems POS ist nach Eingang aller Unterlagen innerhalb eines Tages möglich.

Lancom Systems besetzt neue Stelle des Distributionsleiters

Die Lancom Systems GmbH hat die Position „Distributionsleiter Deutschland“ neu geschaffen, um ihre Beziehungen im Distributions-, Systemhaus- und Fachhandelskanal auszubauen. Das Unternehmen hat Christian Sachs für diese Position gewonnen. Er verantwortet, koordiniert und steuert die Planung und Durchführung aller Aktivitäten der Distribution innerhalb Deutschlands. Sachs war zuletzt als Account Manager Distribution bei der D-Link Deutschland GmbH beschäftigt. In den vergangenen sechs Jahren lag sein Schwerpunkt dort im Bereich der IT/TK-Distribution.

Christian Fuchs verlässt E-Plus nach knapp einem Jahr wieder

Christian Fuchs, Chief Financial Officer bei E-Plus, wird das Unternehmen auf eigenen Wunsch zum 31. Juli verlassen. Fuchs wechselte erst im August 2006 vom österreichischen Mobilfunkanbieter tele.ring zu E-Plus. Bis ein Nachfolger für die Leitung des Finanzbereichs benannt ist, wird Godert Vinkesteyn von der Muttergesellschaft KPN die Aufgaben kommissarisch übernehmen. Vinkesteyn ist seit 1991 bei KPN und war dort CFO von KPN Mobile The Netherlands und zuletzt Finanzchef des Privatkundensegments von KPN. Er ist außerdem Mitglied des Management-Teams von KPN Mobile International.

Michael Lange leitet Kommunikation von T-Mobile International

Michael Lange leitet jetzt die Unternehmenskommunikation von T-Mobile International in Bonn. Er übernahm diese Aufgabe zusätzlich zu seiner bisherigen Funktion als Leiter Internationale Kommunikation bei der Deutschen Telekom AG. Bei T-Mobile tritt er die Nachfolge von Stefan Zuber an, der diese Aufgabe

seit April letzten Jahres wahrgenommen hatte und sich nun entschlossen hat, neue Herausforderungen außerhalb des Konzerns anzunehmen. Lange berichtet in seiner neuen Funktion an Hamid Akhavan, CEO von T-Mobile International. Seit 2002 leitet Michael Lange den Bereich Internationale Kommunikation bei der Deutschen Telekom. Seine berufliche Karriere startete der 45jährige nach dem Politikstudium in Südafrika als Journalist. Er absolvierte ein Volontariat beim Südkurier und wechselte dann als Journalist und Producer zur South African Broadcasting Cooperation. Nach seiner journalistischen Laufbahn war Lange als PR Manager bei Volkswagen in Südafrika tätig. 2000 wechselte er als International Communications Manager in die deutsche VW-Zentrale in Wolfsburg.

ENO Hausmesse zeigt neue Lösungen für die Handelspartner

Die ENO-Hausmesse hat sich in den vergangenen Jahren zu einem der Pflichttermine in der deutschen ITK-Branche entwickelt. Zum nunmehr sechsten Mal lädt ENO für den 8. und 9. September nach Nordhorn ein. Die Fachhändler lernen dort ihre Ansprechpartner persönlich kennen, erleben das Umfeld und haben die Möglichkeit, sich das Unternehmen anzusehen. Parallel findet auf gut 2.000 m² die Messe mit über 40 Ausstellern statt. In einem großen zentralen Forum gibt es ein tagesfüllendes Programm, das mit vielen Fachvorträgen, Podiumsdiskussionen und Interviews die brennenden Themen der Branche spiegeln wird. Nicht die reine Vermittlung von Wissen und Informationen, sondern der lebendige Austausch auf dem Podium mit spannenden Gesprächspartnern und kontroversen Meinungen sollen die Vielfalt einer modernen und dynamischen Branche zeigen. In diesem Jahr wird erstmalig der Bereich des Audio-/Videoconferencing mit neuen Lieferanten und im Markt einzigartigen Lösungen vorgestellt. Spannende Live-Präsentationen lassen die Möglichkeiten des Conferencing ohne aufwendige Reisen plötzlich Wirklichkeit werden. Das Angebot für den ITK-Bereich ist längst nicht mehr auf Communications-Produkte beschränkt. Sie stellen zwar nach wie vor den Kern des Geschäftes dar, doch ziehen viele Produktgruppen und Märkte nach. Diese Veränderungen zwingen den Handel, täglich nach neuen Lösungen für ein erfolgreiches Geschäft zu suchen. Einen Teil dieser Solutions liefert ENO, indem ständig neue Dienstleistungen zur Optimierung der Geschäfts-

Dangaard stellt erstmals auf der IFA aus

Dangaard Telecom beteiligt sich vom 31. August bis 5. September erstmals als Aussteller an der Internationalen Funkausstellung in Berlin. In der Reseller World in Halle 4.2 auf Stand 230-4 präsentiert der Distributor auf zirka 50 Quadratmetern neueste Trends aus den Produktbereichen Festnetz, Navigation, Smartphones, Mobilfunk und Zubehör. Im Fokus des Dangaard Messeauftritts stehen Festnetzprodukte von T-Com, Philips und Grundig. Händler können sich die neuesten Geräte anschauen, testen und sich über die Geschäftsmodelle im Bereich der Dienstvermarktung informieren. Weiteres Top-Theme des Messeauftritts der Dangaard stellt der Bereich Navigation dar. Hier werden Neuheiten der führenden Geräte- und Kartenhersteller präsentiert und die neuesten Technologien aus diesem Segment erläutert. Besucher des Dangaard Standes treffen auf ein kompetentes Vertriebsteam, das sie zu allen Geschäftsbereichen des Unternehmens berät.

„Die IFA zieht immer mehr Fachpublikum aus der Tk-Branche an. Aus diesem Grund haben wir uns für einen Messeauftritt entschieden“, sagte Jörn Husted, Geschäftsführer der Dangaard Telecom Germany GmbH. „Als Aussteller in der Reseller World sehen wir eine große Chance, unsere Produkte und Services einem breiten Publikum vorzustellen.“ Dangaard stehe für Innovation und Kundenorientierung. „Wir möchten in Berlin besonders die Händler von unseren Leistungen und Services überzeugen, die uns bislang noch nicht kennen“, erklärte Husted weiter. Speziell für den Zeitraum der IFA hat das Unternehmen attraktive Angebote vorbereitet, die ausschließlich Besuchern des Messestandes vorbehalten sind. Als besonderes Bonbon erhalten die ersten hundert Händler, die sich als Besucher bei Dangaard Telecom registrieren lassen, eine Eintrittskarte gratis. Dies sind nur zwei Vorteile, die einen Besuch am Messestand der Dangaard lohnend machen.

prozesse entwickelt oder einzeln schwer vermarktbare Produkte in kompletten Kundenlösungen zusammengestellt werden. Und auch wenn es mal nicht glatt läuft oder eine Reparatur ansteht: die Nordhorer finden eine Lösung. Neben den Business-Themen kommt aber auch das Party-Feeling nicht zu kurz. Der traditionell krönende Abschluss der ENO @home ist die Gala-Veranstaltung am 8. September. Detaillierte Informationen zur Hausmesse sowie die Online-Anmeldung unter www.hausmesse.eno.de oder vom Ansprechpartner bei ENO.

Drei neue SMS-Pakete für O₂ Loop Kunden, die gern texten

Mit den neuen SMS-Packs-S/M/L wendet sich O₂ an alle Loop Kunden, die gerne und viel SMS schreiben. Diese haben die Wahl zwischen drei SMS-Packs in den gewohnten Tarifeinheiten S, M und L und können bis zu 58 Prozent gegenüber dem Standard-SMS-Preis einsparen. O₂ Loop Kunden können mit Einführung der neuen SMS-Packs-S/M/L das SMS-Pack-S für fünf Euro monatlich mit 35 Inklusiv-SMS, das SMS-Pack-M für zwölf Euro mit 100 Inklusiv-SMS oder das SMS-Pack-L für 20 Euro mit 250 Inklusiv-SMS in alle deutschen Mobilfunknetze zu ihrem O₂ Loop Tarif hinzubuchen. Bei voller Ausnutzung des Packs versenden die Kunden beispielsweise im SMS-Pack-L Kurznachrichten schon für acht Cent, statt zum Standard-Preis von 19 Cent. Mit einfachen Buchungsmodalitäten tragen auch die SMS-Packs-S/M/L den Grundbedürfnissen des Prepaid-Kunden Rechnung: keine Bindung und volle Kostenkontrolle. Die Aktivierung erfolgt per kostenloser SMS mit Shortcode „START SMS S“ bzw. M oder L an die Kurzwahl 5667 oder über die Hotline 0179-55282. Ab September ist zusätzlich die Aktivierung direkt beim O₂ Vertriebspartner möglich. Die Mindestlaufzeit eines SMS-Packs beträgt nur einen Monat. Es ist auch nur einen Monat lang gültig; mit Ablauf verfällt das SMS-Guthaben.

Fotos online bestellen mit einem der Nokia Multimedia-Computer

Nokia führt in Europa einen vollständig integrierten mobilen Druckdienst ein. Mit dem neuen Nokia Dienst können Nutzer hochwertige Abzüge ihrer Bilder einfach und direkt von ihrem Gerät aus bestellen – entweder über das Mobilfunknetz oder per WLAN – und sie per Post direkt sich

selbst oder einem Freund zuschicken lassen. Die Nutzer kompatibler Multimedia-Computer der Nokia Nseries brauchen jetzt nur noch ein Gerät, um Fotos zu machen, sie zu bearbeiten und Abzüge zu bestellen. Darüber hinaus können die eigenen Lieblingsbilder auf Tassen, Aufkleber, Puzzles oder T-Shirts gedruckt und als Geschenk verschickt werden. Der Zugriff auf den mobilen Druckdienst erfolgt über die Galerie-Anwendung des Geräts. Dort können Nutzer einfach auswählen, von welchen Bildern sie einen Abzug wünschen, ihre Adresse und andere erforderliche Informationen eingeben und dann auf den Bestellbutton klicken. Der Bestellauftrag wird anschließend von CeWe Color bearbeitet und per Post an die eingegebene Adresse gesandt. Je nach Land kann die Zahlung im Allgemeinen sowohl per Kreditkarte als auch über andere lokale Zahlungsarten erfolgen. Um den Nutzer mit dem Dienst und der Nutzung des Dienstes vertraut zu machen, erhält jeder Nutzer die ersten zehn Abzüge kostenlos. Besitzer eines kompatiblen Nokia Nseries Multimedia-Computer können die erforderliche Nokia XpressPrint Anwendung kostenlos über die auf ihrem Gerät vorhandene Anwendung „Download!“ oder unter www.nseries.com/orderprints herunterladen. Der mobile Nokia Druckdienst ist ab sofort verfügbar.

Ab sofort führt O₂ den Nokia E90 Communicator im Sortiment

Ab sofort gibt es das Flaggschiff der Nokia E-Serie, den Nokia E90 Communicator, im Produktangebot bei O₂ Germany. Neben einer umfangreichen Ausstattung wie HSDPA-Fähigkeit und WLAN-Schnittstelle ist das leistungsstarke Smartphone unter anderem mit einem großen Farb-Display sowie einer Qwertz-Tastatur mit Hintergrundbeleuchtung ausgestattet. O₂ bietet mit dem Nokia E90 ein modernes Business-Handy, das alle Fähigkeiten des mobilen Arbeitens vereint, etwa Empfang und Versand von E-Mails, Organizer-Funktionalität und Daten-Synchronisation. Profitieren werden die Geschäftskunden von O₂ von der engen Kooperation zwischen O₂ und Nokia durch den Vertrieb der Synchronisations-Software Nokia Intellisync Mobile Suite. Outlook-, Notes- und Groupwise-Postfächer sowie andere Datenbanken werden durch diese Software über das O₂ Mobilfunknetz mit dem Gerät synchronisiert. So können O₂ Kunden in Zukunft noch effizienter mobil arbeiten.

T-Mobile und Vodafone starten gemeinsames Forschungsprojekt

T-Mobile und Vodafone werden gemeinsam mit deutschen Industrie- und Forschungspartnern zusammenarbeiten, um mit Unterstützung der deutschen Regierung zukünftige Mobilfunktechnologien zu entwickeln und zu evaluieren, die höhere Datenraten ermöglichen. Mit der Möglichkeit, schon heute in vielen Ländern moderne Breitbanddienste über Mobilfunknetze der dritten Generation zu nutzen, ist das mobile Internet bereits Realität. Da das Datenaufkommen ein signifikantes Wachstum aufweist, wird auch der Bedarf nach einem jederzeit und überall verfügbaren mobilen Datenzugang weiter steigen. Dadurch müssen zukünftige Mobilfunknetze immer höhere Kapazitäten erreichen. Die Projektpartner werden – unter finanzieller Unterstützung durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF) – Verfahren zur Steigerung von Kapazitäten und Datenraten in Mobilfunknetzen untersuchen. Im Projekt Easy-C (Enablers for Ambient Services and Systems – Part C) werden optimierte Mehrantennenkonzepte und zellübergreifende Kooperationstechniken untersucht, die Schlüsseltechnologien für die nächste Mobilfunkgeneration darstellen. Dazu werden Feldtests in Dresden und Berlin durchgeführt. Ziel des Projektes ist die signifikante Verbesserung der spektralen Effizienz und der Leistungsfähigkeit des Gesamtsystems durch die Erforschung von Weiterleitungs- und Interferenzreduktionsverfahren. Weltweit erstmalig wird im Rahmen des Projektes ein Technologie-Mobilfunknetz aufge-

baut, um diese innovativen Ansätze zu implementieren und zu testen. Dadurch können bisher theoretisch hergeleitete Ergebnisse in der Praxis verifiziert werden. Das Technologie-Mobilfunknetz wird aus zehn Basisstationsstandorten mit insgesamt 30 Zellen bestehen und in der Dresdner Innenstadt aufgebaut werden. Zusätzlich wird von den T-Labs eine applikationsorientierte Testumgebung mit zwei Basisstationsstandorten und vier Zellen in Berlin installiert. Der Aufbau der Testnetze wird in Kürze beginnen, so dass erste Feldtests im Jahr 2008 durchgeführt werden können. Durch die zu erwartenden Ergebnisse werden die Projektpartner von Easy-C einen entscheidenden Einfluss auf globale Standardisierungsaktivitäten haben. Das Forschungsprojekt wird gemeinsam von T-Mobile und Vodafone geleitet und von Prof. Dr. Gerhard Fettweis vom Vodafone Stiftungslehrstuhl Mobile Nachrichtensysteme der Technischen Universität Dresden in Zusammenarbeit mit dem Fraunhofer Institut für Nachrichtentechnik, Heinrich-Hertz-Institut, koordiniert. Zum Konsortium gehören 13 weitere Industriepartner, darunter namhafte Hersteller von Halbleiterchips, Mobilfunksystemen und deren Komponenten, Hard- und Softwarelösungen für die Mobilfunkbranche sowie die Bundesnetzagentur. Das Projekt unterstützt die deutschen Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten. Die Ergebnisse sollen die technologische Führungsrolle Deutschlands auf dem Gebiet des zellularen Mobilfunks signifikant stärken.

Exklusives Handyzubehör vom „Mitdenker“

Zu den wichtigsten Unterscheidungskriterien bei Anbietern von Handy-Accessoires gehört neben der Produkteigenschaft die Fähigkeit zum Mitdenken. Einer dieser Mitdenker, dem es gelungen ist, sich in wenigen Jahren dank seiner maßgeschneiderten Konzepte als Partner des Handels zu profilieren, ist Trendwerk77, Hersteller von Handy-Anhängern der Marke J-Straps und anderer Kult-Produkte.

Auf die Bedürfnisse der unterschiedlichen Vertriebskanäle abgestimmt, bietet Trendwerk77 Ideen, Konzepte und Maßnahmen rund um den POS, denn gerade bei Impulskauf-Produkten spielt die Platzierung im Laden eine entschei-

ist kein Kunde wie der andere. Wichtig für uns ist einfach, Gesamtlösungen und somit Mehrwert bieten zu können“, so Sibling. Für einige Kunden wurden sogar eigene Produkte samt Verkaufslösung entwickelt.

Das J-Straps Sortiment der Trendwerk77 GmbH umfasst Trend-Produkte rund um das Mobiltelefon. Dazu gehören J-Straps Anhänger, Handy-Taschen und -Socken sowie Lanyards. Alle Produkte zeichnen sich nach Herstellerangaben besonders durch attraktives Design, hochwertige Verarbeitung und



Passend zum aktuellen Animationsfilm Shrek 3 gibt es bei Trendwerk77 auch J-Straps Anhänger mit den Charakteren.

vor allem Exklusivität aus. Diese wird dadurch gewährleistet, dass das Anfang 2004 von den Geschäftsführern Julia Derndinger und Holger Weißner gegründete Unternehmen zahlreiche Lizenzen aus Film, Comic, Sport, Kunst und Musik

besitzt und damit zu den Marktführern des Geschäftsfelds zählt. Mit rund einem Dutzend Mitarbeiter am Firmensitz in 45468 Mülheim (Kaiserstr. 66, Telefon 0208/30228-0) entwickelt und vermarktet Trendwerk77 immer neue Kultobjekte für Fans und Freunde ausgefallener und individueller Handy-Accessoires. Zu den Kunden in mittlerweile 14 europäischen Ländern gehören namhafte Handelsunternehmen, Filialisten und Distributoren mit insgesamt über 10.000 Points of Sale, an denen J-Straps erhältlich sind.



dende Rolle. „Wir wollen unseren Partnern im Handel nicht einfach nur unsere Produkte verkaufen, wir bieten ihnen ein ganzheitliches Verkaufskonzept“, erklärte Sebastian Sibling, Head of International Sales bei Trendwerk77. So steht am Anfang einer jeden Zusammenarbeit immer die Kundenanalyse des jeweiligen Partners. Je nach Kundenart werden individuelle Käufercluster erstellt und speziell darauf abgestimmte Produktpakete geschnürt. Dazu wird dem Handel auch das passende POS-Material gestellt. Zu allen Maßnahmen bietet Trendwerk77 seinen Kunden darüber hinaus die Begleitung durch Marketingmaßnahmen an. „Aber auch für individuelle Wünsche und Lösungen sind wir offen und kreativ, schließlich

SIEMENS

HDSP – für brillante Klangqualität beim VoIPen

Gigaset S675 IP

Das neue Gigaset S675 IP unterstützt als eines der ersten VoIP-Telefone HDSP – High Definition Sound Performance. Diese zukunftsweisende Breitband-Technologie sorgt für besonders reinen und klaren Klang bei der Internet-Telefonie, so dass selbst feine Nuancen im Tonfall perfekt übertragen werden. Voraussetzung ist, dass das Gespräch über eine Breitbandverbindung geführt wird und beide Gesprächspartner eine HDSP-fähige Lösung nutzen. HDSP nutzt den neuen, IP-basierten Standard CAT-iq (Cordless Advanced Technology – internet and quality), an dessen Entwicklung Siemens Gigaset maßgeblich beteiligt war.



KOMMUNIKATION FÜR ZU HAUSE

Gigaset

Neuheiten

Skype ist jetzt auch für das Nokia N800 Internet Tablet verfügbar

www Ab sofort ist Skype für das Nokia N800 Internet Tablet erhältlich. Damit werden auf der ganzen Welt Skype-Gespräche überall dort möglich, wo eine WLAN-Verbindung zur Verfügung steht. Skype steht den Nutzern des Nokia N800 Internet Tablets ab sofort als Download zur Verfügung. Auch die aktuelle Version des Nokia N800, die im Fachhandel und im Skype Online-Shop erhältlich sein wird, verfügt über einen vorinstallierten Link zum Herunterladen des Skype Cli-



ents. So können die Nutzer überall dort, wo sie einen WLAN-Hotspot finden – ganz gleich ob im Café, in öffentlichen Parks, im Büro, in Hotels oder sogar am Strand – Skype-Telefongespräche führen. Skype wird heute von mehr als 196 Millionen Menschen weltweit genutzt. Die Nutzer können sich die Skype-Software herunterladen und damit über das Internet kostenlose Gespräche über Sprach- und Videoverbindungen führen oder Instant

Messages versenden. Darüber hinaus bietet Skype kostenpflichtige Dienste an, über die der Nutzer zu niedrigen Minutenpreisen beispielsweise Gespräche an Festnetze und Mobiltelefone weiterleiten kann. Zur Erweiterung der Vorteile von Skype bieten führende Hersteller wie Nokia Produkte an, die Nutzern noch mehr Flexibilität bei der Nutzung von Skype-Gesprächen bieten – unabhängig davon, wo sie sich gerade befinden. Die Nutzung von Skype auf dem Nokia N800 ist über ein Funktions-Upgrade der aktuellen OS Edition 2007 möglich. Das Funktions-Upgrade unterstützt außerdem ein Browser-Plug-in für Adobe Flash 9 und bietet neben anderen Verbesserungen Unterstützung für Speicherkarten mit mehr Kapazität und deutlich verlängerte Online-Zeiten. Das Betriebssystem-Upgrade lässt sich direkt von den Internetseiten von Nokia unter www.nokia.com/N800 herunterladen und installieren.

Nokia stellt neue Freisprecheinrichtung Nokia HF-300 vor



Telefonieren im und außerhalb des Autos soll mit der ersten vielseitig nutzbaren Freisprecheinrichtung von Nokia, der Nokia Bluetooth Freisprecheinrichtung HF-300, besonders einfach werden. Ein integrierter leistungsfähiger Lautsprecher sowie ein Mikrofon mit DSP-Technik (Digital Signal Processing) sorgen dank Echokompensation und Rauschunterdrückung für ausgezeichnete Klangqualität. Die Nokia Bluetooth Freisprecheinrichtung



HF-300 bietet zahlreiche Elemente für eine einfache Kommunikation im Auto und außerhalb davon. Die Stromversorgung erfolgt über einen leistungsstarken Akku, so dass der Nutzer nicht auf einen Netzanschluss angewiesen ist. Im Lieferumfang der Freisprecheinrichtung ist ein Clip für die Sonnenblende enthalten, über den sich das Gerät bequem im Fahrzeug befestigen lässt. Die Steuerung erfolgt über beleuchtete Tasten – ohne störende blinkende Anzeigen. Für längere Telefongespräche lässt sich die mit 80 g besonders leichte Freisprecheinrichtung aus dem Auto herausnehmen und mit ins Haus oder ins Büro nehmen. Dort steht sie dank Gummifüßen auch auf glatten Oberflächen ohne zu verrutschen. Die neue Bluetooth Freisprecheinrichtung bietet eine Standby-Zeit von bis zu zehn Tagen sowie eine Sprechzeit von bis zu 20 Stunden.

Für eine besonders lange Betriebszeit ist das Gerät mit einer „Auto Power Off“-Funktion ausgestattet: Fünf Minuten nach Beenden der Verbindung zum Mobiltelefon schaltet sich die Freisprecheinrichtung automatisch aus. Wenn die Batterieleistung abnimmt, leuchtet zur Warnung eine LED-Batterieanzeige auf. Die Nokia Bluetooth Freisprecheinrichtung HF-300 ist mit einer Vielzahl von Nokia Mobiltelefonen kompatibel, die die Bluetooth Spezifikation 1.1 (oder höher) und das Bluetooth Profil „Handsfree (HFP) 1.0“ (oder höher) unterstützen. Sie wird voraussichtlich ab dem dritten Quartal erhältlich sein und ohne Steuer ca. 90 Euro kosten.

Notebook-Karte von Vodafone ermöglicht bis zu 7,2 Megabit/Sekunde



Mobil Vodafone hat als erster Netzbetreiber in Deutschland eine Datenkarte fürs Notebook auf den Markt gebracht, mit der man nicht nur Online-Inhalte mit bis zu 7,2 Megabit pro Sekunde abrufen kann, sondern auch beim Versenden Tempo macht. Dabei stößt die neue Mobile Connect Card UMTS Broadband Express in ganz neue Geschwindigkeitsregionen vor: Sie unterstützt Uploadgeschwindigkeiten von bis zu 1,45 Megabit pro Sekunde. Damit gelingt der mobile Versand sehr großer Bild- und Videodateien oder umfangreicher Präsentationen per Notebook von unterwegs im Handumdrehen. Die neue Karte ist ab sofort verfügbar.

Herausragendes Merkmal der neuen Mobile Connect Card UMTS-Broadband Express ist die Unterstützung von HSUPA (High Speed Uplink Packet Access). Mit diesem neuen Übertragungsverfahren, das Vodafone als erster Netzbetreiber in Deutschland sukzessive in seinem UMTS Broadband-Netz einführt, lassen sich Daten mit bis zu 1,45 Megabit pro Sekunde versenden. So dauert zum Beispiel das Versenden eines 2 MB großen

Agfeo LAN-Modul 510 als Lösung für LAN/WAN integrierte Systemtelefonie in KMUs



Das Agfeo LAN-Modul 510 ermöglicht mit den modularen Agfeo Tk-Anlagen AS 43, AS 45 und AS 200 IT Internettelefonie nach SIP Standard sowie Standortvernetzung mehrerer AGFEO Telefonanlagen per ISDN over IP. Das integrierte ADSL2+ Modem verbindet das Anlagensystem mit dem Internetprovider und gestattet allen hinter dem integrierten DSL Router angeschlossenen PCs im Netzwerk den Zugang zum Internet. Das Netzwerk hinter dem LAN-Modul 510 ist durch seine Firewall-Funktionalität (Stateful Packet Inspection) gegen Hackerangriffe geschützt. Da Modem und Router des LAN-Modul 510 abschaltbar sind, lässt sich das LAN-Modul auch in eine schon bestehende Netzwerk-Infrastruktur einbinden. Mit der neuen Kommunikations-Software Agfeo Tk-Suite Professional, die als Serverversion auf dem LAN-Modul 510 installiert ist, kann das Modul nicht nur als CTI-Server unternehmensweit eingesetzt werden, auch die Unterstützung von Netzwerk CAPI bzw. TAPI ist Bestandteil der Software. Eine Fernkonfiguration über WAN ist mit einer DynDNS Anmeldung einfach zu realisieren und durch die Rechteadministration entsprechend risikolos. Somit steht zur sicheren Nutzung und Kommunikation eine gemeinsame Kontakt-, Termin- und Informationsverwaltung zur Verfügung. Der Abgleich der Daten zwischen den Computern und dem LAN-Modul wird mit dem Standardprotokoll SyncML erledigt. Damit ist auch die Synchronisation über das Internet möglich. Ein integrierter Chat-Service, im Tk-Suite Professional „Schnackchen“ genannt, bietet eine unkomplizierte Kommunikationsmöglichkeit via Textmitteilung. TK-Suite Professional steuert und verwaltet auf sehr komfortable Art und Weise (CTI) das Telefonieren. Hierbei unterstützen Wiedervorlage und Notiz die Teamarbeit in allen Anwendungsbereichen. Selbstverständlich ist auch die Integration von Datenquellen wie LDAP-Zugriff (zum Beispiel für die Anbindung an Lotus Notes), Outlooksuche und die Mac OS X Adressbuch-Suche. Eine ausgefeilte Headsetsteuerung der TK-Suite Software erleichtert zusätzlich die Arbeit von Vieltelefonierern. Genutzt werden die möglichen Anwendungen mit Hilfe des TK-Suite Client, der für die Betriebssysteme Mac OS X, Linux und Windows kompatibel ist.



Neue Agfeo DECT SystemHandy-Lösung



Basierend auf der komplett neu entwickelten Agfeo DECT S0-Basis plus und der Anlagen-Firmware 8.0 ist ab sofort das Agfeo DECT 35 SystemHandy zu betreiben. Zeitloses Design und maximale Systemtelefoneigenschaften, gepaart mit hoher Klangqualität, sind die Attribute des DECT 35. Seine Bedienoberfläche ist im Prinzip mit der bekannten Funktionalität der schnurgebundenen Agfeo Systemtelefone identisch und bietet optimalen Handlingskomfort. Hierzu zählen unter anderem so angenehme Komfortmerkmale wie eine Statusanzeige (sehen, wer gerade telefoniert) und die Signalisierung von Einträgen in der Anrufliste. Ein Headset-Anschluss und Vibrationsalarm unterstreichen die „Klasse“ des AGFEO DECT 35 ebenso wie die automatische Rufumleitung vom normalen Telefon aufs DECT SystemHandy, sobald dieses aus seiner Ladeschale entnommen wird. Nachrichten auf dem Anrufbeantworter eines AGFEO Systemtelefones werden im Display des DECT 35 signalisiert und können abgerufen werden. Das Gerät arbeitet an der neu entwickelten DECT S0-Basis plus und benötigt die Anlagen-Firmware 8.0. Die Agfeo DECT S0-Basis plus 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.



AVMs neue Prouktlinie Fritz! Media eröffnet neue Möglichkeiten am Breitbandanschluss



www AVM hat die neue Produktlinie Fritz! Media vorgestellt, die neue Möglichkeiten am Breitbandanschluss ermöglicht. Fritz! Media verbindet TV und Stereoanlage mit Internet und Computer. Fritz! Media ist ideal geeignet für Service-Angebote wie Video-on-Demand, Empfang von Internet-TV nach dem DVB-IPI-Standard sowie Musik-Download und -Streaming. Fritz! Media unterstützt WM DRM10, das digitale Rechtemanagement von Microsoft. So können auch geschützte Inhalte abgespielt werden. Mit Softwareanpassungen kann AVM weitere neue Anwendungen für Fritz! Media in Abstimmung mit Serviceanbietern entwickeln. Damit erhalten Provider ein maßgeschneidertes Produkt für ihr Angebot. Fritz! Media 8020 ist als erstes Gerät der neuen Produktlinie für das Video-on-Demand-Angebot von maxdome im Einsatz.

Im nächsten Schritt können eigene Dateien wie Filme, Fotos und Musik von Computer oder externer Festplatte auf dem Fernseher oder der Stereoanlage abgespielt werden. Bei der Integration von Fritz! Media in das heimische Netzwerk setzt AVM auf die Standards der DLNA (Digital Living Network Association) und auf UPnP AV (Universal Plug & Play). Vorbereitet ist Fritz! Media auf Serviceangebote, die die Darstellung von Internetinhalten wie Web-TV, Videopodcasts, RSS-Feeds oder Music-Streaming auf dem TV-Gerät einschließen. Neben Internet-TV unter-



stützt Fritz! Media auch Serviceangebote für IP-TV und herkömmliches Fernsehen. Dafür verwendet Fritz! Media den verbreiteten DVB-IPI-Standard. Dieser bietet im Vergleich zu proprietären, herstellerspezifischen IP-TV-Lösungen deutliche Vorteile, denn der Einsatz eines offenen Standards fördert das Angebot an Endgeräten mit innovativen Eigenschaften, das gleichzeitig mit einer großen Zahl an Diensten kompatibel ist.

Zur Inbetriebnahme wird Fritz! Media lediglich an Fernseher oder Stereoanlage angeschlossen. Mögliche weitere Einstellungen werden auf dem TV-Bildschirm angezeigt. Fritz! Media selbst ist kabellos über WLAN oder per LAN mit dem heimischen Netzwerk verbunden und kann an jeden beliebigen Router angeschlossen werden. Besonders komfortabel und leicht ist das Zusammenspiel mit Fritz!Box. Video-on-Demand-Angebote aus dem Internet können mit Fritz! Media ausgewählt und abgerufen werden. Bei der Wiedergabe direkt auf dem Fernseher wird der PC nicht benötigt.

Fritz! Media ist mit einem hochleistungsfähigen Videoprozessor ausgestattet und ermöglicht die Ausgabe von komprimierten Audio- und Videosignalen. Dabei liegt die Leistungsaufnahme im Betrieb bei nur fünf Watt. Mit seinen geringen Abmessungen (21 x 3 x 14 cm) lässt sich Fritz! Media bestens in das bestehende Wohnumfeld integrieren. Fritz! Media bietet ausstattungsabhängig Anschlüsse für LAN, WLAN (802.11g Modus, 54 MBit/s), analoge AV-Ausgänge (FBAS und S-Video), Scart, S/PDIF, Audio (Cinch) und USB 2.0.

Fotos statt bislang 44 Sekunden nur noch zwölf Sekunden. Der Netzausbau für den schnellen Datenversand hat in den großen Städten und in Ballungsgebieten bereits begonnen. Bis Sommer 2008 wird Vodafone sein komplettes UMTS-Netz mit der HSUPA-Technologie versorgt haben. Die neue Mobile Connect Card UMTS Broadband Express unterstützt nicht nur



HSUPA. Auch das Herunterladen großer Dateien ist mit einer Downloadgeschwindigkeit von bis zu 7,2 Megabit pro Sekunde extrem schnell. Außerhalb UMTS Broadband-versorgter Regionen nutzt die Karte normale UMTS- bzw. EDGE- und GPRS-Verbindungen zur Datenübertragung im Vodafone-Netz. Die

neue Datenkarte ist als kompakte Express Card ausgelegt und lässt sich in modernen Steckplätzen einsetzen, die in den Notebooks der neuen Generation zu finden sind. Über einen mitgelieferten Adapter kann die Mobile Connect Card UMTS Broadband Express auch in klassischen PCMCIA Typ II-Steckplätzen verwendet werden. Unterstützte Betriebssysteme sind Windows 2000, Windows XP, das neue Windows Vista und Mac OS. Die Auslieferung erfolgt komplett samt Software und Dokumentation. Die speziell entwickelte Software lässt sich ganz einfach auf dem Notebook installieren.

Zusammen mit einem Vodafone-Datenvertrag ist die Karte bereits ab einem Euro erhältlich. Dieser Preis gilt beim Abschluss eines Vodafone Business-DataPro8-Vertrages mit einem monatlichen Basispreis von 9,52 Euro und einer Mindestlaufzeit von 24 Monaten bei gleichzeitiger Buchung einer Daten-Tarifoption. Ohne Vodafone-Kartenvertrag kostet die Mobile Connect Card UMTS Broadband Express 399,90 Euro.

Das hochmoderne UMTS-Broadband Netz von Vodafone versorgt derzeit über 2.200 Städte und Gemeinden.

Portfolio wächst in den Bereich Home Entertainment

Parrot mit Bluetooth auf der Erfolgsspur

„Für uns ist Bluetooth die Kerntechnologie, um über kurze Distanzen Sprache, Musik und Daten zu übertragen, und nachdem sich Parrot Produkte seit Mitte der 90er-Jahre millionenfach in Kraftfahrzeugen bewährt haben, haben wir mit unseren neuen Geräten für das Home Entertainment auch den Start in einem neuen Geschäftsfeld erfolgreich geschafft“, erklärte Jürgen Burgis, Vice President Parrot GmbH in München, in einem Gespräch mit PoS-MAIL.

„Parrot Produkte kombinieren Benutzerfreundlichkeit, Spaß und Sicherheit auf eine elegante Weise“, meinte Burgis. „So bereichern und erleichtern wir das Leben unserer Kunden. Mit der Konzentration auf Bluetooth-Anwendungen beschreiten wir



Jürgen Burgis

einen innovativen und zukunftsweisenden Weg.“ Die hohe Qualität und die gute Resonanz der Anwender auf Geräte der Marke Parrot schlagen sich nicht nur in den Umsatz- und Ertragszahlen nieder (siehe Kasten unten), sondern auch im Verkaufsverhalten der Handelspartner. So ergab beispielsweise eine nicht reprä-

sentative Parrot Umfrage bei den deutschen Distributionspartnern, dass die Bluetooth-Freisprechlösungen trotz der großen und oftmals seit vielen Jahren in Deutschland etablierten Konkurrenz in der Hitliste der am häufigsten nachgefragten oder empfohlenen Produkte mit an der Spitze stehen.

Großen Anteil an der Zufriedenheit von Nutzern und Händlern hat dabei zweifelsohne die Webseite des Unternehmens, die nicht nur einen umfassenden Überblick über das aktuelle Parrot Sortiment gibt, sondern auch zahlreiche Kommunikations- und Informationstools sowie Downloadmöglichkeiten zum Beispiel für Software-Upgrades bietet. „Unsere Homepage ist nur ein Bereich der Unterstützung des Handels, die durch spezielle Angebote und eine breitgefächerte Palette an Verkaufsförderungsmaßnahmen für den Point of Sale ergänzt wird“, betonte Burgis.

Als eines der Ziele für die nahe Zukunft nannte Burgis den Aus-

bau der Geschäftsbeziehungen, vor allem zu denjenigen Händlern und Distributoren, zu denen bislang noch keine Kontakte existieren. Hier stehen vor allem die Einbauer im Fokus, denen in den kommenden Monaten mit verschiedenen Aktionen und in persönlichen Gesprächen mit den Parrot Außendienstlern die Vorteile der Produkte nahegebracht werden sollen. Darüber hinaus steht der weitere Ausbau des Produktsortiments im Vordergrund, und hier gilt das Interesse insbesondere Geräten, die Bilder und Musik in die eigenen vier Wände des Nutzers bringen.



Digitaler Bilderrahmen

Ein Beispiel für ein solches Produkt ist der neue digitale Bilderrahmen Photo Viewer 7, der mit einem sieben Zoll großen Monitor (720 x 480 Pixel, 262.144 Farben) aufwartet. Das Gerät ist mit einem 128 MB großen Speicher versehen und kann dort bis zu 500

Fotos im JPEG-Format ablegen.

Die Bilder können per Bluetooth-Funktechnik von allen kompatiblen Geräten (zum Beispiel Notebooks oder Mobiltelefone) auf das Gerät übertragen werden und werden dort automatisch an die Bildschirmgröße angepasst. Sensoren erkennen, ob es sich um eine Aufnahme im Hoch- oder Querformat handelt und richten das Bild dementsprechend aus. Der Rahmen ist von klassisch bis modern in vielen Farben und Ausführungen, zum Beispiel in Leder oder Holz, zu haben.

Parrot Party

Für musikalisches Entertainment sorgt die neue, rundum kabelfreie Soundbox Parrot Party, und da sie kompakt und tragbar ist nicht nur zu Hause, sondern an jedem beliebigen Ort. Mit dem Gerät können Playlisten aus beliebigen Bluetooth-Stereo-Quellen wie Mobiltelefonen oder MP3-Playern abgespielt werden, ohne dass dazu Softwareinstallationen oder spezifische



Die Bluetooth-Freisprechanlage Parrot MK6100 bietet unter anderem ein OLED-Display, das für optimale Sichtbarkeit aus jedem Blickwinkel sorgt.

Konfigurationen erforderlich sind. Parrot Party liefert durch den Verstärker Klasse D 2.0 und zwei neu berechnete Breitbandlautsprecher eine hervorragende Soundqualität. Diese kann durch spezielle Effekte noch weiter optimiert und an den persönlichen Geschmack angepasst werden.

Parrot MK6100

Das Sortiment der Bluetooth-Freisprechanlagen wird neuerdings durch die Parrot MK6100 ergänzt. Sie ist mit einem OLED-Display ausgestattet und gewährleistet damit ausgezeichnete Sicht aus jedem Blickwinkel und bei allen Lichtverhältnissen. Ist die Anlage mit dem Handy gekoppelt, baut die Parrot MK6100 die Verbindung zum Mobiltelefon automatisch und schnell auf. Anschließend stehen die Kontaktdaten des Telefons auch auf der Freisprechanlage bereit. Will der Nutzer ein Gespräch führen, so gibt die Text-to-Speech-Funktion den gewählten Kontakt laut aus, der dann nur noch durch einen Tastendruck bestätigt werden muss. Noch einfacher geht es über die Spracherkennung, die die Stimme des Nutzers identifiziert und einen von ihm genannten Kontakt automatisch anwählt.

Parrot PMK5800

Ebenfalls neu im Programm ist die tragbare Freisprechanlage Parrot PMK5800. Sie lässt sich an den 12 V-Zigarettenanzünder des Pkw anschließen und stellt



nach der einmaligen Kopplung mit dem Handy die Verbindung zu diesem automatisch her. Über die integrierte Software zur Spracherkennung kann der Nutzer in Sekundenschnelle auf bis zu 150 Kontakte pro Telefon zugreifen. Und der ebenfalls integrierte UKW-Sender ermöglicht es, Sprache und Musik auf die Autolautsprecher zu übertragen.

Parrot freut sich seit 1994 über stetiges Wachstum/Seit 2005 mit eigenem Unternehmen in Deutschland

Das 1994 von seinem heutigen Präsidenten Henri Seydoux gegründete Unternehmen Parrot SA, mit Sitz in Paris, zählt nach eigenen Angaben zu den wenigen rentablen, in stetem Wachstum begriffenen Unternehmen, die aus der sogenannten „Start-Up“-Generation hervorgegangen sind. Von Anfang an spezialisierte sich das Unternehmen auf Technologien im Zusammenhang mit Spracherkennung in einem geräuschvollen Umfeld und Komponenten der Signalverarbeitung für mitgeführte und mobile Anwendungen. Diese Fachkenntnisse können für alle Aspekte der Telefonie im Fahrzeug genutzt werden: Chipsätze, Algorithmen, Bluetooth, und Anwendungssoftware. Die Stärke von Parrot liegt in seiner vertikalen Beherrschung der für die Verwirklichung seiner Produkte erforderlichen Technologien, insbesondere der Konzeption seiner eigenen integrierten Schaltkreise für die Signalverarbeitung (DSP-integrierende Chipsets). Die akustischen Algorithmen, die sich bestens für das Automobilumfeld eignen, ziehen aus dieser Integration auf Komponentenebene großen Nutzen.



Parrot Gründer und Präsident Henri Seydoux

Parrot zeichnet sich zudem durch die Beherrschung der Entwicklung der Stack Bluetooth aus. Dies ist die unerlässliche Vorbedingung für eine Entwicklung der Produkte in einem sehr frühen Stadium und für die Gewährleistung einer optimalen Interoperabilität während ihres gesamten Lebenszyklus.

Das Logo des Unternehmens zeigt einen aus einem Comic entlehnten Papagei, der dem Unternehmen mit Blick auf das Thema Spracherkennung auch seinen Namen gab. Der Firmenname entspricht dem englischen Wort für Papagei, und das Unternehmen wird auch, obwohl französischen Ursprungs, wie das englische Parrot ausgesprochen.

Die deutsche Niederlassung wurde 2005 als Parrot GmbH in München gegründet. Unter der Leitung von Jürgen Burgis, Vice President Parrot



Parrot

GmbH, arbeiten dort derzeit sechs Mitarbeiter. Mit der Unternehmensphilosophie „We put Bluetooth in your life!“ erzielte das Unternehmen 2006 rund 2,4 Millionen Euro und 2007 etwa acht Millionen Euro. Derzeit umfasst das Produktportfolio im Bereich Mobile Communication Bluetooth-Einbaufreisprechanlagen, Plug&Play-Freisprechlösungen und -Telefonkonferenzanlagen sowie im Bereich Home Entertainment Bluetooth-Bilderrahmen und -Stereolautsprecher.

Tatung IFA-Auftakt:

Zwei neue LCD-TV-Modellreihen der Oberklasse

Auf der IFA Berlin 2007 wird Tatung, Tawains Nummer eins in Sachen Consumer Electronics, im Rahmen seines Produktangebots in Halle 25/109 als Messe-Highlights zwei neue 42 Zoll LCD-TV-Serien der Oberklasse vorstellen: 42-Zoll-Modelle mit 100 Hz Technik und 1080i Darstellung und 42-Zoll Full-HD-Fernseher mit 1080p Darstellung. Alle Modelle sind mit integriertem DVB-T-Receiver oder ohne Receiver erhältlich. Tatung beschäftigt weltweit 35.000 Mitarbeiter und bietet mehr als 300 Produkte in 100 Ländern an. Das Unternehmen verfügt über langjährige Erfahrungen als Original Equipment Manufacturer (OEM) und Original Design Manufacturer (ODM) für bekannte Marken wie Sony und Hitachi. Von sieben Produktionsstätten weltweit befindet sich die für den europäischen Markt im tschechischen Pilsen. Die Tatung Europazentrale ist in Wijchen bei Nijmegen/Niederlande ansässig.

Tatung V42MMFJ/ET1/ ETA: 42 Zoll LCD-TVs mit 100 Hz

Die neuen 16:9 HD ready LCD-TVs mit ansprechender Schwarz/Silber Zweiton-Optik werden mit integriertem DVB-T-Receiver oder ohne Receiver erhältlich sein (V42MMFJ-ETA / V42MMFJ-ET1). Das mit DVB-T-Receiver ausgestattete Modell V42MMFJ-ETA verfügt über einen CI Slot für den Empfang verschlüsselter Pay-TV Programme. Zukünftige Receiver-Software-Updates erfolgen per Antenne (OAD). Beide LCD-Panels der 100 Hz Reihe bieten eine Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten und unterstützen High Definition Darstellung mit 1080i. Das Kontrastverhältnis beträgt 1.500:1 (dynamisch 6.000:1), der Helligkeitswert erreicht 500 cd/m². Die Reaktionszeit liegt bei 4 ms, die Betrachtungswinkel bei 176°. Der

Einsatz patentierter truD HD Chip- und Softwarelösungen von Micronas mit Motion Blur Removal, Motion Judder Removal, Motion Estimation & Compensation und 100 Hz Technik lassen Bewegungsunschärfen durch dynamisch bewegte Bildinhalte und Bildruckeln (Judder) bei Filmen mit 24 Bildwechseln pro Sekunde der Vergangenheit angehören. Zur Vollausstattung gehören zwei HDMI-Anschlüsse, 1.000 Seiten



Teletext-Speicher und 2 x 15 Watt Audio-Output. Die neuen 42 Zoll großen 100 Hz TV-Geräte von Tatung sind ab November 2007 zu UVPs von 1.199,- Euro (V42MMFJ-ET1) und zu 1.249,- Euro (V42MMFJ-ETA mit DVB-T-Receiver) erhältlich.

V42MMFJ/ET2/ETB: Tatung 42 Zoll Full-HD LCD-TVs

Großformatige Full-HD High Definition TV-Geräte werden auf der IFA ein Leit-Thema sein. Auch Tatung stellt in Berlin neue 42" Full-HD LCD-TVs erstmals der Öffentlichkeit vor: Die Tatung V42MMFJ Full-HD TV-Geräte verfügen dank Micronas truD HD Technologie mit Motion Compensation und Motion Estimation

Tatung V42MMFJ:
Full-HD TV mit 1080p und DVB-T



Tatung FJ-Serie:
16:9 HD ready LCD-TVs mit 26", 32", 37" und 42-Zoll

über modernste Chip- und Softwarelösungen und setzen Motion Blur Removal und Motion Judder Removal effektiv zur Beseitigung von Bildruckeln und Schlieren bei schnell bewegten Bildinhalten ein. Volle High Definition Auflösung (1080p) mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten, das Kontrastverhältnis von 1.500:1 (DCR: 6.000:1), die extrem kurze Reaktionszeit von 6,5 ms und die Bildschirm-Helligkeit von 500 cd/m², garantieren bei unterschiedlichsten Programminhalten Bildqualitäten, die höchsten Ansprüchen gerecht werden. Die Betrachtungswinkel liegen bei 176°. Zu den Anschlussmöglichkeiten gehören zwei HDMI-Schnittstellen, zwei SCART-Buchsen, S-Video und S/PDIF. Der Teletextspeicher fasst 1.000 Seiten, am Audioausgang stehen 2 x 15 Watt zur Verfügung. Der Tatung V42MMFJ-ETB ist mit DVB-T-Receiver und CI Slot für verschlüsselte Programme und der Möglichkeit zum Software-Update per Antenne ausgestattet. Beide Full-HD High Definition Modelle sollen ab November in

schwarzem Design erhältlich sein. Die UVPs betragen: 1.199,- Euro für den V42MMFJ-ET2 ohne Receiver und 1.249,- Euro für den V42MMFJ-ETB mit DVB-T-Receiver.

Tatung FJ-Serie mit 26 bis 42 Zoll: Erstklassig in Qualität und Design

Mit der FJ-Serie wird Tatung in Berlin eine attraktive 16:9 HD ready LCD-TV-Serie mit Bildschirmgrößen von 26", 32", 37" und 42" vorstellen. Die Auflösung beträgt 1.366 x 768 Bildpunkte, die Helligkeit 500 cd/m², das Kontrastverhältnis 800:1 (26" 1.500:1) und die Reaktionszeit 8 ms. Alle Modelle besitzen zwei HDMI-(HDMI 1.1), 2 SCART-Anschlüsse und einen S-Video-Anschluss. Alle Modelle sind mit DVB-T-Receiver mit Common Interface (CI) und ohne Receiver erhältlich. Die Tatung FJ-Serie wird ab Oktober zu UVPs zwischen 449,- Euro für das 26-Zoll-Modell bis zu 1.049,- Euro für das 42-Zoll-Modell mit DVB-T lieferbar sein. *evo*

PoS Neuheiten

Besitzer von Toshiba HD DVD-Player können Firmware aktualisieren



Für die Besitzer der Toshiba HD DVD-Player Typ HD-E1, HD-XE1 und HD-EP10 stellt Toshiba ein Update auf die Firmware Version 2.0 zur Verfügung. Die aktualisierte Firmware-Version verbessert die Netzwerkkonnektivität und unterstützt das Herunterladen von internetfähigen Netzwerkinhalten in Verbindung mit HD DVD-Discs, die über diese Option verfügen. Außerdem werden die Abspielfunktionen von Disks und HDMI/DVI Verbindungen optimiert. Falls eine Breitband-Internetverbindung zur Verfügung steht, kann die Firmware-Aktualisierung über das Internet und den Ethernet-Anschluss auf der Rückseite des HD DVD-Players erfolgen. Eine detaillierte Anleitung

zum Konfigurieren der Ethernet-Schnittstelle und Herunterladen der Firmware-Aktualisierung ist in der Betriebsanleitung des Toshiba HD DVD-Players zu finden. Anwender ohne Breitbandanschluss und solche, die das Update nicht über das Internet durchführen möchten, können sich an den Toshiba Kundendienst wenden und dort eine Disc mit der Firmware-Aktualisierung anfordern. Das Firmware Update erfolgt dann durch Einlegen der Update-Disc.

BenQ Joybook R56 mit Intel Santa Rosa Plattform



BenQ bringt im August zwei Joybooks der R56-Serie mit Intel Santa Rosa Plattform auf den Markt. Beide sind mit dem zurzeit schnellsten 15,4-Zoll-Notebook-Panel mit 8 ms Reaktionszeit ausgestattet. Das Joybook R56.G06 ist mit einem Intel Core 2 Duo Prozessor T7100 mit 1,83 GHz Taktfrequenz, einer NVIDIA GeForce Go 8400M G Grafikkarte mit 128 MB Speicher und Turbo Cache Technologie ausgestattet. Das Intel Santa Rosa

Notebook von BenQ ist mit 2.048 MB Arbeitsspeicher mit schnellem Systemtakt (Front Side Bus) von 800 MHz und einer 160 GB Festplatte bestückt. Das Schwestermodell R56.G11 ist mit der gleichen Grafikkarte, einem Intel Core 2



Duo Prozessor T5250 mit 1,5 GHz, 1.024 MB Arbeitsspeicher und einer Festplatte mit 120 GB ausgestattet. Beide Notebooks bieten entspiegelte Display-Panels mit der Reaktionszeit von 8 ms, einem Helligkeitswert von 200 cd/m² und einem Kontrastverhältnis von 400:1. Auch dynamisch bewegte Bildinhalte werden dank diesen Eigenschaften ohne Bewegungs-

unschärfen oder Nachzieheffekte dargestellt. Der zusätzliche HDMI-Anschluss des BenQ Joybook R56 eröffnet neue Anwendungsmöglichkeiten, wie z. B. die Ansteuerung HD-fähiger Projektoren, Displays und LCD-TVs. Neben den universellen Schnittstellen erhöhen die integrierte 1,3 Megapixel Webcam und das mitgelieferte, umfangreiche Softwarepaket den Gebrauchswert des R56 Joybooks. Die Abmessungen der beiden mobilen Rechner betragen 360 x 265 x 37,5 mm. Das Gewicht liegt mit Akku bei 2,9 kg. Die unverbindlich empfohlenen Verkaufspreise betragen: R56.G06: 1.099 Euro, R56.G11: 999 Euro.

Logitech MX Air Maus hebt ab



Die Vorstellung, sich mit der Maus in der Hand gemütlich zurücklehnen zu können und den Computer vom Sofa aus zu steuern, macht die Logitech MX Air Maus jetzt wahr. Mit einer einfachen Bewegung aus dem Handgelenk können Anwender den Mauszeiger positionieren,

Optionen bestätigen, Mediendateien zur Wiedergabe auswählen und einfach die gleichen Bedienungsschritte und Kommandos eingeben, wie sie mit einer herkömmlichen Computer-Maus ausgeführt werden. Diese Fähigkeiten der MX Air Maus basieren auf drei Technologien: Der Freespace Bewegungssteuerung, der Navigation mit Gesten und der kabellosen 2,4-GHz-Technologie. Zahlreiche Anwender nutzen Computer auch im Wohnzimmer. Ganz gleich in welcher Position sich der Anwender im Raum



befindet, er kann den Rechner und alle Anwendungen durch einfache Handbewegungen und ohne Unterlage präzise bedienen. Die Steuerung mit der MX Air funktioniert intuitiv mit den natürlichen Bewegungen der Hand. UVP: 149,99 Euro.

Sennheisers hochwertige Reisekopfhörer

Der Ton macht die Musik

Mit den Modellen PXC350 und PXC450 präsentiert Sennheiser zwei High-End-Reisekopfhörer, die mit zahlreichen komfortablen Features ausgestattet sind.

„Mit dem PXC350 und PXC450 bieten wir nun auch ohrmschließende Reisekopfhörer an, die einiges mehr können als herkömmliche Hörer“, so Sven Wilhelmsen, Produktmanager im Bereich Kopfhörer bei Sennheiser. „Gerade Musik- und Filmfans werden die Hörer schätzen. Sie schir-



Der PXC450 ist das Top-Modell unter Sennheisers Reisekopfhörern.

men nicht nur Außengeräusche effizient ab, sie bieten auch einen bisher bei Reisekopfhörern unerreichten Klanggenuss.“

Technisch ausgefeilt

Die hohe Qualität der Kopfhörer setzt sich aus drei wesentlichen Faktoren zusammen: Die adaptive Schallwanddämpfung sorgt für eine konstant gute Basswiedergabe. Die patentierten Duofol-Membranen verhindern unerwünschte Partialschwingungen und sorgen so für störungsfreien, kristallklaren Sound. Das Gegenschallsystem NoiseGard neutralisiert den Lärm: Ein winziges Mikrofon außen am Kopfhörer nimmt die Umgebungsgeräusche auf, ein Prozessor errechnet dazu den sogenannten Gegenschall und legt ihn darüber. Das Ergebnis: die beiden akustischen Signale heben sich gegenseitig auf, der störende Lärm dringt nicht mehr ans Ohr. Im Falle des PXC350 verringert ihn das bewährte System NoiseGard Advance um bis zu 85 Prozent, dank des neuen Systems NoiseGard 2.0. Hier wurden Filter, Mikrofone und die Leistungsfä-

higkeit der Prozessoren so optimiert, dass selbst unter sehr lauten Bedingungen der Hörgenuss praktisch uneingeschränkt bleibt. „Bisher hatten Reisekopfhörer mit dieser Luxus-Ausstattung nur ein Problem“, so Produktmanager Sven Wilhelmsen, „sie schirmten alles Störende von außen so gut ab, dass man sich nicht mehr unterhalten konnte, ohne den Hörer abzulegen, selbst mit abgeschaltetem NoiseGard-System. Aber dafür haben wir jetzt eine innovative Lösung gefunden: die TalkThrough-Funktion.“ Bei dieser neuartigen Technologie, mit der bei Sennheiser erstmals der PXC450 ausgestattet wurde, nehmen hochwertige Kleinstmikrofone außen am Kopfhörer die Geräusche der direkten Umgebung auf und unterscheiden dabei zwischen einfachem Lärm, wie etwa Turbinengeräuschen, und den Stimmen der Sitznachbarn: Diese werden herausgefiltert und an das Ohr weitergegeben. Die Lautstärke der Musik ist beim PXC450 direkt am Kopfhörer regulierbar, beim PXC350 ist der Lautstärkeregler im einseitigen Kabel integriert.



Die beiden Kopfhörer sind im edlen Design gehalten. Weiche Polsterungen am Bügel und die ohrmschließenden Ohrpolster bieten höchsten Tragekomfort. Sowohl die Ohrpolster als auch das einseitig geführte Kabel sind austauschbar. Da die beiden Kopfhörer insbesondere für die Reise konzipiert sind, lassen sie

sich einfach und schnell zusammenklappen. Zum Lieferumfang gehören ein Adapter für das Inflight-Entertainment (3,5 mm Doppelmono) und für 6,3 mm Anschlüsse. Die empfohlenen Verkaufspreise für Sennheisers High-end-Kopfhörer lauten: 299 Euro (PXC350) und 399 für den PXC450. *miz*

Pos Aktuell

Deutscher Distributor wird zur Garmin Deutschland GmbH

Garmin, einer der weltweit führenden Hersteller von mobilen Navigationsgeräten, hat die Übernahme der GPS Gesellschaft für professionelle Satellitennavigation mbH bekanntgegeben. Die GPS GmbH in Gräfelfing bei München war bisher deutscher Exklusiv-Repräsentant für mobile Navigationslösungen von Garmin und firmiert zukünftig als Garmin Deutschland GmbH. Der Standort in Gräfelfing sowie das Management werden beibehalten und die 60 Vertriebs-, Marketing- und Kundendienstmitarbeiter weiter beschäftigt. „Mit der Übernahme der GPS GmbH wird Garmin seine Vertriebs- und Distributionsaktivitäten in einem der wichtigsten europäischen Märkte weiter ausbauen“, erklärte Dr. Min Kao, Chairman und CEO von Garmin Ltd. „Wir sehen, dass gerade in Deutschland ein bedeutsames Wachstumspotential vorhanden ist. Garmin Deutschland wird hier entscheidend dazu beitragen, mit unseren wichtigen Handelspartnern und OEM-Kunden in diesem Markt noch besser zusammenzuarbeiten.“ Dr. Axel Därr, Geschäftsführer Garmin Deutschland GmbH, fügte hinzu: „Als neues voll integriertes Mitglied der Garmin-



Dr. Axel Därr

Familie werden wir in Zukunft noch erfolgreicher sein. Wir freuen uns auf diese vertraute und gleichzeitig neue Aufgabe.“ Im Januar dieses Jahres hatte Garmin seinen französischen Distributor übernommen, um die Präsenz der Marketing- und Vertriebsaktivitäten von Garmin in Frankreich zu verstärken.

Euronics gibt Kauf Tipps für Navigationsgeräte

Euronics hat jetzt die wichtigsten Punkte, die beim Kauf von mobilen Navigationsgeräten zu beachten sind, in einem Online-Einkaufsberater kompakt zusammengefasst. Endverbraucher können unter www.euronics.de/beratungswelt bzw. unter www.megacompany.de/beratungswelt direkt auf den sogenannten

„Kauf-Navigator“ zugreifen. Zusätzlich kann hier eine Checkliste zum Thema kostenlos heruntergeladen werden. Der „Kauf-Navigator“ für mobile Navigationsgeräte ergänzt das Angebot der virtuellen „Euronics-Beratungswelt“. In dem virtuellen Servicebereich können sich Endverbraucher Tipps für den Kauf von elektronischen Geräten – vom Mobiltelefon bis zur Waschmaschine – holen.

TechniSat startet in neues Marktsegment

Die TechniSat Digital GmbH startet ab sofort mit der Auslieferung des Navigationsradios Navi-Dresden 1 und erweitert damit die Kompetenz des Unternehmens in Richtung Navigationssysteme. Bei dem Navigationsradio setzt TechniSat auf das Navteq-Kartenmaterial. Das Gerät hat ein genormtes 1DIN-Gehäuse und ist somit für die Nachrüstung in allen Fahrzeugen von 1DIN- bis 2DIN-Schacht geeignet. Es bietet ISO-Anschlüsse für Antennenbuchse und Anschlussblock und kann somit mit unterschiedlichen externen Geräten wie CD-Wechsler, Freisprecheinrichtung, Mobile Audio Interface für externe Audio/MP3-Player oder verschiedene iPod-Modelle sowie Endverstärker vernetzt werden. Das Gerät wird über das Bordnetz mit Strom versorgt und ist somit unabhängig von Batterien und Akkus. Das Besondere an diesem fest eingebauten Navigationssystem ist nach Aussagen des Herstellers, dass es mit wenig Aufwand in fast jedem Fahrzeug nachgerüstet werden kann. Außerdem kann man in wenigen Sekunden ein Soft-

ware-Update über CD durchführen. Mit dem Navi-Dresden 1 präsentiert TechniSat ein qualitativ hochwertiges Navigationsradio zum UVP von 499 Euro.

Samsungs Marktanteile bei Druckern wachsen

Samsung Electronics hat in den vergangenen zwölf Monaten auf dem weltweiten Druckermarkt merklich an Marktanteilen hinzugewonnen. Das belegt eine aktuelle Statistik des Marktbeobachters IDC, in der Samsung bei allen Printer-Produktgruppen unter den fünf führenden Herstellern eingeordnet wird. Im Segment Farblaserdrucker liegt Samsung weiterhin auf Platz zwei und hat seinen Marktanteil innerhalb eines Jahres um mehr als neun auf nun knapp 28 Prozent steigern können (im Vorjahr 18,6 Prozent). Mit dem Erfolg von Geräten wie dem kleinsten Farblaserdrucker der Welt, CLP-300, eta-

dem koreanischen Konzern im ersten Quartal gelungen, Rang zwei zu erobern und damit seine Position als einer der führenden Hersteller in diesem Marktsegment weiter auszubauen. Wesentlichen Anteil an dem Erfolg der Samsung Printing Division hat das massive Engagement Samsungs im B2B-Geschäft. Im Markt für Farblaser-Multifunktionsgeräte liegt Samsung zur Zeit auf Platz vier und schickt dort neben dem CLX-3160FN nun den als echten Desktop-MFP konzipierten CLX-2160/CLX-2160N in den Wettbewerb. Er basiert auf der Technologie des CLP-300 und ist das kleinste Farblasermultifunktionsgerät der Welt.

Cash Back Aktion für Samsung CLP-300

Im Rahmen einer Samsung Cash Back Aktion kann jeder Kunde bis zum 15. August beim Kauf eines Farblaserdruckers CLP-300 oder CLP-300N (Bild links) von einem Preisvorteil in Höhe von 50 Euro profitieren: Um an der Aktion teilzunehmen, muss der Käufer nach dem Kauf des Gerätes einen kurzen Antrag in den Aktionsflyern oder auf der Samsung Homepage unter www.samsung.de/cash-back ausfüllen. Innerhalb von 30 Tagen werden dann 50 Euro erstattet. Für beide Gerätevarianten leistet Samsung zwei Jahre Garantie mit Vor-Ort-Service. Der unverbindlich empfohlene Verkaufspreis für den CLP-300 liegt bei 319 Euro.



blierte sich das Unternehmen auf Platz zwei im zukunftsträchtigsten Wachstumsegment Farbdrucker. Ähnlich verläuft die Entwicklung im Gesamtmarkt für Multifunktionsgeräte: Auch dort ist es

Loewe Individual Sound Projector mit zwei Bass-Lautsprechern und Hoch-Mittelton-Array. Signalverarbeitung, Audioverstärker und Dolby Digital Decoder sind integriert.

Sound-Projektoren:

Ideale Audio-Systeme für großformatige Flachbild-TVs

Einer der maßgeblichen Gründe für den Erfolg der Flachbild-TV-Geräte und die kontinuierlich steigende Nachfrage nach LCD-TVs und Plasma-Fernsehgeräten ist ihre geringe Bautiefe. Selbst Displays mit Bild-Diagonalen von 42 Zoll und größer kommen mit nur wenigen Zentimetern Gehäusetiefe aus, lassen sich ohne nennenswerten Raumbedarf an nahezu jedem Ort aufstellen oder an die Wand hängen und fügen sich in jedes Wohn-Ambiente harmonisch ein. Anwender, die auch an die Soundqualität sehr hohe Ansprüche stellen, hatten bisher keine andere Wahl, als den angenehm unaufdringlichen Flachbild-TV mit einem aus mehreren voluminösen Lautsprecherboxen bestehenden Mehrkanal-Lautsprecher-System zu kombinieren. Die neue Klasse der Sound-Projektoren macht mit dieser ungleichen Paarung Schluss und ergänzt das flache TV-Gerät mit einem passenden Raumton-Audio-System höchster Qualität.

LOEWE Individual Sound Projector

Die Geräte-Klasse der Digitalen Sound Projektoren ist das am stärksten wachsende Produktsegment im gesamten Audiomarkt. Die aus einer einzigen Komponente bestehenden Sound Projektoren erzeugen echten 5.1 Raumklang in überlegender Qualität und lösen auf elegante Weise das Problem der harmonischen Integration eines „Surround Sound Systems“ in ein anspruchsvoll gestaltetes Wohnumfeld. Mit dem „Individual Sound Projector“ bietet Loewe eine hochwertige Raumklanglösung zur Ergänzung seiner Individual Composite Produktreihe an, die aber auch technisch und produktlinienübergreifend zusammen mit anderen TV-Geräten eingesetzt werden kann.

Sound-Lösung für Premium Home Entertainment Kunden

Für audiophile „High-end“-Kunden steht auch bei der Betrachtung von Fernsehprogrammen oder DVD-Filmen auf einem großformatigen Flachbild-TV höchstmögliche Audioqualität über allen anderen Auswahlkriterien einer Kaufentscheidung. Mit dem Individual Sound Projector bietet Loewe nun auch dieser Zielgruppe eine adäquate Alternative zum 5.1- oder 7.1-Audio-System mit seinem typischerweise hohen Platzbedarf und Verkabelungs-Aufwand und der zumeist unerwünschten Dominanz

gegenüber dem Interieur der Wohnumgebung. Mit der Erweiterung des Produktangebots um Digitale Sound Projektoren betont Loewe eindrucksvoll seine hohe Audio-kompetenz und verfügt nun, zusammen mit Yamaha, über die besten Surround-Produkte am Markt. Die sich daraus ergebenden Synergien gipfeln in dem Slogan: „Überzeugender Sound zum überzeugenden Bild: Sound Projector“.

„Echter“ 5.1 Surround Sound nur einer Komponente!

Mit nur einer Komponente, statt mindestens fünf bei herkömmlichen Home Cinema Systemen, stellt der Loewe Individual Sound Projector hochqualitativen 5.1 Surround Sound bereit und verfügt außerdem über die gesamte Audio-Signalverarbeitung, integrierte Verstärker und Decoder für Dolby Digital, DTS, Dolby Pro Logic II und DTS Neo:6. Das Funktionsprinzip der mit zwei Bass-Lautsprechern und einem Hoch-Mittelton-Array bestückten Einheit beruht auf der Wand-Reflexion mehrerer gerichteter Schallkeulen (Schallfelder mit definierter Form). Die reflektierten Schallfelder bilden innerhalb einer vom Anwender zu definierenden Zone des Hör-raums ein natürlich wirkendes räumliches Klangbild höchster Qualität. Der Loewe Individual Sound Projector liefert echten 5.1 Surround-Sound von DVDs und anderen digitalen Audiosignal-Quellen



oder den Toninformationen der Fernseh-Programminhalte und erzeugt authentische Kinoatmosphäre, bei der akustische Informationen tatsächlich auch von hinten oder mittels „Überkopf-Effekten“ von oben kommen können. Zur Voreinstellung der Raumklang-Charakteristik stehen 7 CINEMA-DSP-Programme, zwei Modis für die Lautstärkeeinstellungen mit Night Listening Enhancer und TV Equal Volume Mode zur Verfügung. Tru-Bass-Einstellungen sorgen für die Erhöhung der Bassdynamik. Für Liebhaber starken Tiefbass-Volumens steht ein Subwoofer-Anschluss bereit. Die nahtlose Loewe-Integration ermöglicht eine komfortable Steuerung des Sound Projectors über die Fernbedienung des Loewe TV-Geräts.

Automatische System-Einrichtung

Aufwendige Einstellungen braucht der Benutzer nicht vorzunehmen. Ein Klangoptimierungsmikrofon mit Mikrofon-Ständer gehört zum Lieferumfang und übernimmt die Rolle des virtuellen Hörers an einer beliebig wählbaren Raum-Position. Alles andere erledigt der Loewe Individual Sound Projector selbsttätig. Er analysiert die Raumakustik, richtet Klangstrahlen teils direkt auf den Hörer, teils über Reflexion an den Wänden aus und erzeugt auf diese Weise die optimale Surround-Wirkung. Individuelle Feineinstellungen können manuell erfolgen.

Verfügbarkeit und UVP

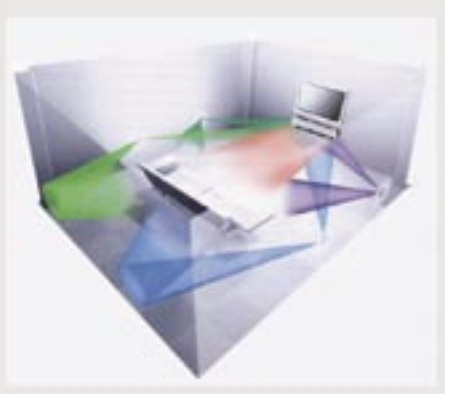
Der Loewe Individual Sound Projector ist in den Farben platin und

Funktionsprinzip Individual Sound Projector

Das beeindruckend räumliche Klangbild entsteht durch Wandreflexion der fünf Richtstrahlen.

Das Ergebnis ist ein echter 5.1 Raumklang in exzellenter Qualität.

Weitere Lautsprecher und Kabel sind nicht erforderlich.



es der Besitzer will, in ein ansprechendes Heimkino. Das optisch dezente, leistungsfähige Raumklang-System wurde von Denon-Ingenieuren in Zusammenarbeit mit den Audio-Spezialisten von Premium Sound Solutions (wie Denon ein Unternehmen der D&M-Gruppe) entwickelt. Der „Entertainment-Expander“ DHT-FS3 besteht aus einem Lautsprecher-Array mit sechs, jeweils paarweise links, mittig und rechts angeordneten Lautsprecher-Chassis sowie Endstufen und Schaltungen mit Signalprozessoren (DSP), die unter anderem die Formate Dolby Digital, DTS und Dolby ProLogic II unterstützen. Das X-SPACE-System strahlt zur Erzeugung des Klangbildes erforderliche Schallanteile in verschiedene Rich-

anthrazit ab Mitte September lieferbar. Der UVP beträgt 1.400,- Euro.

DENON X-SPACE Surround-System DHT-FS3

Mit der nur wenig Stellplatz beanspruchenden Hightech-Lautsprecherzeile „X-SPACE DHT-FS3“



mit integrierter Signalprozessortechnik erfüllt Denon den Traum vom beeindruckenden Raumklang bei minimalem Setup-Aufwand. Mit seinem ausgewogenen Design fügt sich das X-SPACE Surround-System harmonisch in individuelle Wohnumgebungen ein. Besitzer eines LCD- oder Plasma-Flachbild-TVs werden sich freuen, nun realistisch räumlichen Surround-Sound genießen zu können, ohne wie bisher zuvor mehrere Lautsprecher-Boxen aufstellen und verkabeln zu müssen. Die in edel anmutendem schwarzen Klavierlack-Finish ausgeführte, nur 12,5 cm tiefe und knapp 10 cm hohe X-SPACE Lautsprecherzeile stellt nach Aussage des Herstellers die perfekte Audio-Lösung für Flach-TVs dar und verwandelt Wohnräume, wann immer

tungen ab. Durch Überlagerung der Schallwellen entsteht ein realistischer Raumklingeindruck, der einem klassischen A/V-Aufbau mit fünf Lautsprechern verblüffend nahe kommt. Reflexionen an den Wänden spielen dabei keine Rolle. Der Denon X-SPACE DHT-FS3 ist zum UVP von 999,- Euro erhältlich.



Optional angeboten werden ein Subwoofer und ein wertiges TV-Rack.

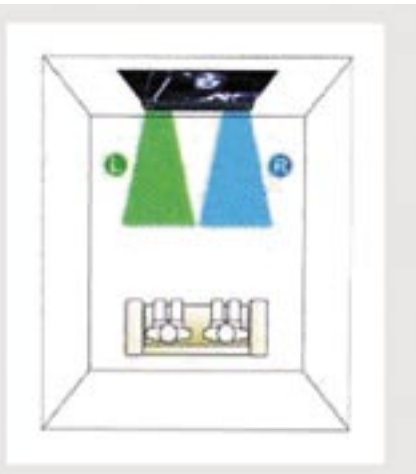
evo

Auch die Stereo-Eigenschaften sind exzellent

Der Loewe Individual Sound Projector ist auch für Audio-Signale, die im Stereo-Format aufgenommen wurden bestens vorbereitet.

Stereo-Abstrahlung

Der linke und der rechte Tieftöner und die Richtstrahl-Speaker als Mitteltöner erzeugen zusammen ein Schallbild wie traditionelle Stereo-Lautsprecher.



Panasonic setzt bei Lumix auf neue Technik

Panasonic läßt der Ankündigung, bis 2009 15 Prozent Weltmarktanteil bei Digitalkameras zu gewinnen, weitere Taten folgen und stellte jetzt drei innovative neue Lumix-Modelle vor: Die 3fach-Zoom Kameras FX55 und FX33 und die FZ18 mit gigantischem, 18fachem Zoombereich bieten nicht nur alle eine Anfangsbrennweite von 28 mm, sondern auch ganz neue Ausstattungsmerkmale.

Mit einem Marktanteil von über zehn Prozent in Europa habe Panasonic das bei der Vorstellung der ersten Lumix Kameras im Jahr 2001 gesetzte Ziel erreicht, erklärte Yorihiisa Shiokawa, Geschäftsführer der Panasonic Marketing Europe GmbH. Jetzt gehe es darum, mit einer konsequenten Wertschöpfungsstrategie diese erfolgreiche Entwicklung fortzusetzen.

Dafür habe Panasonic ausgezeichnete Voraussetzungen, betonte Mamoru Yoshida, Direktor des Geschäftsbereichs Digitalkameras der Panasonic AWC Networks Company. „Bereits jetzt werden rund zwei Drittel aller Digitalkameras an Kunden verkauft, die schon eine Digitalkamera besitzen“, betonte Yoshida. „Diese Zielgruppe will eine bessere Kamera als das bisherige Modell: mehr Leistung durch höhere Pixelzahl und größeren Zoombereich, mehr Bildqualität durch exzellente Objektive mit optischem Bildstabilisator, höhere Empfindlichkeit und intelligente Automatikfunktionen sowie erweiterte Netzwerkfähigkeiten, um die Fotos auch auf dem Flachbildfernseher anschauen, auf dem DVD-Spieler abspielen oder bequem drucken zu können.“ Diese Anforderungen könne Panasonic mit eigenen Technologien erfüllen.

Hinzu komme mit Lumix eine starke Marke, die inzwischen im Digitalkamera-Segment ein her-

Mehr Intelligenz

vorragendes Image gewonnen habe, betonte Yoshida.

Intelligente Automatik-Funktionen

Bereits bei der existierenden Lumix Produktpalette setzt Panasonic wichtige eigene Technologien ein, zum Beispiel den Bildstabilisator Mega OIS, die intelligente ISO-Kontrolle und die automatische Gesichtserkennung. Bei den drei neuen Lumix Modellen werden diese Technologien mit der ganz neuen Funktion „Scene Dedection“ kombiniert. Dabei handelt es sich um eine intelligente Motivprogramm-Automatik, die bei häufig vorkommenden Motiven selbständig das passende Programm wie Portrait, Landschaft, Makro, Nacht-Landschaft oder Nacht-Portrait auswählt und so für die bestmögliche Einstellung aller Parameter von der Schärfe über die Belichtung bis zum Weißabgleich sorgt. Panasonic nennt dies den „Intelligenten Auto-Modus“; bei bewegten Motiven wird er durch eine schnellere Autofokus-Funktion unterstützt: Dieser arbeitet bei der Lumix FZ18 in diesem Modus kontinuierlich, bei der FX55 bzw. FX33 beginnt die Scharfstellung, wenn die Kamera ruhig gehalten wird. Damit wird die Auslöse-Verzögerung weiter verringert.

Digitalfotos in Full-HD

Zur formatfüllenden Wiedergabe von Digitalfotos auf 16:9 Breitbild-TV-Geräten nach dem Full-HD Standard bieten die drei neuen Lumix Modelle die Möglichkeit von Aufnahmen in voller HD Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln – bei Panasonic Viera TVs mit SD-Karteneinschub oder Panasonic DIGA DVD-Playern und Blu-ray-Spielern kann die Wiedergabe direkt von der Speicherkarte bzw.

DVD erfolgen. Für Fernsehgeräte ohne Karteneinschub hat Panasonic den HDTV-Photo-Player für digitale Diashows in voller HD-Qualität im Angebot.

Auch bei bewegten Bildern können die Kameras das 16:9 Breitbild-Format ausnutzen, denn die neuen Lumix Modelle ermöglichen nicht nur die Aufnahme von Videos mit 640 x 480 VGA-Auflösung, sondern auch mit Wide-VGA-Auflösung von 848 x 480 Pixeln.

18fach-Zoom: die Lumix FZ18

In diesem neuen Modell mit acht Megapixeln hat Panasonic ein Leica-Objektiv mit einer Brennweite von 28–504 mm (KB-äquivalent) im handlichen Gehäuse einer Kompaktkamera untergebracht und dabei eine respektable Lichtstärke von F2,8–42 realisiert. Bei einer auf drei Megapixel reduzierten Auflösung ergibt sich im „Erweiterter Optischer Zoom“-Modus mit Fokussierung auf den zentralen Sensorbereich ein Zoomfaktor von bis zu 28,7, der es nun wirklich überflüssig machen sollte, auch noch auf die Digitalzoom-Funktion (kombiniert 72fach!) zurückzugreifen.

Eine detaillierte Bildkontrolle bei Aufnahme und Wiedergabe erfolgt entweder über den 2,5“ großen LC-Monitor mit 207.000 Pixeln, der seine Helligkeit dem Umgebungslicht anpasst, oder über den elektronischen Sucher mit 188.000 Pixeln.

Wie von einer Kamera dieser Klasse nicht anders zu erwarten, ist die Lumix FZ18 komplett ausgestattet, bietet Gesichtserkennungs-, Mehrfeld-, 3-Feld-Highspeed-, Großfeld- und Großfeld-Highspeed- sowie Spot-Autofokus-Programm, Blenden- und Zeitautomatik sowie komplette manuelle Einstellung. Mit erweiterten Motivprogrammen für Portrait, Landschaft, Sport und Nacht-Landschaft können bei diesen Motiven nochmals bestimmte Prioritäten gesetzt werden. Hinzu kommen 15 weitere Modi für verschiedene Foto-Situationen.

Bei voller Auflösung ermöglicht der Venus Engine III Bildprozessor Empfindlichkeiten bis zu 1.600 ISO; im Hochempfindlichkeitsmodus (maximal drei Megapixel) kann bei Werten bis zu ISO



Neuer Rekord: Die Lumix FZ18 bietet einen gigantischen, 18fachen Zoombereich mit einer Brennweite von 28-504 mm (KB-äquivalent).

6.400 praktisch auf den Blitz verzichtet werden.

Die FZ18 kommt Ende August in Titan-Silber oder Schwarz auf den Markt. Der UVP soll bei ca. 500 Euro liegen. Zur Kamera gibt es spezielles Zubehör wie Nahlinse, Neutral-Graufilter, MC-Schutzfilter, Objektiv-Adapter, Netzteil und Ersatzakku sowie einen Tele-Konverter (Objektiv-Adapter erforder-

wertiges Design. Dabei kommt die FX55 trotz des großen Displays auf kompakte Abmessungen von 94,9 x 57,1 x 22,8 mm; die FX33 ist dank des kleineren Monitors noch etwas flacher.

Gemeinsam haben beide Kameras ein weitwinkeliges 3,6fach-Zoomobjektiv mit einer Brennweite von 28–100 mm (KB-äquivalent) und einer Lichtstärke von F2,8–5,6 sowie einen 8,1 Megapixel CCD-Sensor. Das Leica-Zoomobjektiv ist mit sieben Linsen, darunter vier mit asphärischer und eine mit doppelt asphärischer Oberfläche, aufwendig konstruiert. Wie die FZ18 bieten auch die „Kleinen“ den neuen „Intelligenten Auto-Modus“, hohe Empfindlichkeit von bis zu ISO 1.600 bei voller Auflösung und ISO 6.400 im Hochempfindlichkeitsmodus sowie verschiedene Autofokus-Varianten.

Die Lumix FX33 ist ab Ende August, die Lumix FX55 ab September erhältlich. Die UVPs werden voraussichtlich bei etwa 400 Euro liegen.

Zur Lumix FX33 wird auch ein Unterwasser-Gehäuse angeboten.



Schick, flach und mit 3“ Display präsentiert sich die neue Lumix FX55.

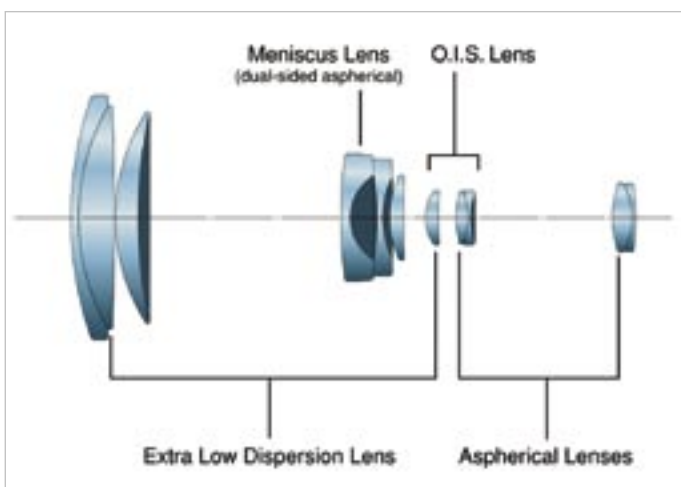
lich), mit dem die fürstliche Maximalbrennweite der Kamera um den Faktor 1,7 auf 857 mm verlängert werden kann.

Weitwinkel im Taschenformat: Lumix FX55/FX33

Die beiden neuen Lumix Modelle FX55 und FX33 unterscheiden sich vor allem durch die Größe des LC-Displays (3“ bei der FX55, 2,5“ bei der FX33) sowie durch ein unterschiedliches, aber jeweils hoch-



Die Lumix FX33 hat ein hochwertiges Metallgehäuse und ein 2,5“ Display.



Die extreme Zoomleistung der neuen Lumix FZ18 wird durch eine aufwendige Objektiv-Konstruktion ermöglicht.

C wie „cool“, R wie „richtungweisend“:

Die neue Sony Vaio CR-Reihe

Die neue Sony Vaio CR-Serie steht laut Sony für stilvolle Individualität. Das Design der farbenfreudigen Notebooks soll als optisch ausgedrücktes Statement seines Benutzers verstanden werden. Die mobilen Rechner sind in fünf attraktiven oder lebhaften Farben erhältlich, „Blazing Red“, „Indigo Blue“, „Pure White“, „Luxury Pink“ und klassisches Schwarz. Entworfen wurden die mobilen Schönheiten als perfekte Begleiter der „Web 2.0-Generation“ mit intensiven Neigungen zu Musik, Fotos, Video und Chat to go und viel Bedarf an Spaß, wo immer man gerade ist, ob in der Bar, im Park, zu Hause oder unterwegs: Die Notebooks der neuen Vaio CR-Serie bieten zugleich hohe Funktionalität, Performance, modernste Technologie und extravagantes Design und haben, perfekt der Sony Philosophie folgend, alle Eigenschaften eines begehrten Accessoires mode- und trendbewusster junger Menschen.

Nach Intentionen von Sony soll sich im hochwertigen Design dieser neuen Vaio Notebook-Serie der Ausdruck eines neuen urbanen Gefühls widerspiegeln. Design und Farbvariationen wurden zusammen mit Sony-Ingenieuren von führenden Stylisten entwickelt und verkörpern jeweils einen einzigartigen und individuellen Stil. Hochwertige, angenehm zu berührende Oberflächen, eine glänzende Beschichtung und makellostes Finish verleihen diesen Notebooks das anziehende Flair von Designer-Stücken. Spezielle Design-Features wie abgerundete Ecken und den Betriebszustand anzeigende Lichteffekte machen die CR-Serie unverwechselbar. Die perfekten Notebook-Taschen aus Leder und Nylon wurden in Zusammenarbeit mit dem Mode-Label Mandarina Duck entwickelt. Die neue Design-Linie wird durch farblich passende Mäuse, Mouse-Pads und Wallpapers für das Display abge-

rundet. Die AV Mode-Funktion ermöglicht es, auf Knopfdruck Bilder, Musik und Filme genießen zu können, ohne dass zuvor Windows Vista gestartet werden muss.

VGN-CR11S/W: Konfigurations-Details

Die Konfiguration der einzelnen Modelle der neuen Sony Notebook-Reihe Vaio CR ist konzeptionell gleich, unterscheidet sich aber bei einigen Ausstattungsmerkmalen. Die nachfolgend beschriebenen Daten und Features gehören zu dem Modell VGN-CR11S/W: Weiß ist die Gehäusefarbe dieses Notebooks und sie steht, laut Erläuterung des Herstellers, für „rein, unschuldig und natürlich“. Das X-black Breitbild-LC-Display besitzt eine Bild-Diagonale von 14,1 Zoll und 1.280 x 800 Bildpunkte (WXGA). Für dokumentarischen Nutzen und hohen Unterhaltungswert sorgt eine 1,3 Mio. Pixel Kamera mit Instant-On-

Funktion.

Als Betriebssystem und Software sind Windows Vista Home Premium und Adobe Photoshop Elements vorinstalliert. Die anfallende Arbeit erledigt ein Intel Core 2 Duo Prozessor T7100 mit Unterstützung für Enhanced Intel SpeedStep Technologie, 1,8 GHz, 800 MHz Frontside-Bus, L2-Cache mit 2.048 KB Advanced Smart Cache und 2 Prozessor-Kernen. Als Grafiklösung wird ein Mobile Intel GM 965 Express-Grafikchip und ein Graphics Media Accelerator X3100 eingesetzt. Der insgesamt verfügbare Grafikspeicher beträgt 358 MB. Der maximale Hauptspeicher-Platz ist mit 2x 1.024 MB DDR2 SDRAM und 667 MHz maximalem Speichertakt voll bestückt. Als optisches Laufwerk wird ein DVD+-RW/+R DL/RAM

eingesetzt. Die geräuscharme 120 GB fassende Serial ATA Festplatte dreht mit 5.400 UPM. An Schnittstellen und Anschlüssen stehen u. a. zur Verfügung: i.LINK Anschluss (IEEE 1394), 4-Pin, 400 Mbit/s, Gleichstromanschluss, Memory Stick Duo/Memory Stick PRO für Hochgeschwindigkeits-Datenübertragung, SD Card, Stereo-Kopfhörer-/Lautsprecheranschluss und Mikrofonanschluss, RJ-11-Modem V92/V.90, RJ-45-Direktanschluss Netzwerk, 3 USB-Anschlüsse, VGA für externen Monitor, Wireless LAN Typ 802.11a/b/g, Express Card-Steckplatz 34 mm. Die Abmessungen betragen: (T/H/B) 249 x 31,7-42,5 x 335,1 mm. Das Gewicht mit Laufwerk und

mitgeliefertem Akku beträgt 2,5 kg. Die Akkubetriebsdauer beträgt 230 Minuten, die Ladezeit 224 Minuten. Sony leistet 24 Monate Garantie.

Preise und Verfügbarkeit:

Die Modelle der neuen Notebook-Reihe Sony Vaio CR sind bereits lieferbar. Die unverbindlich empfohlenen Verkaufspreise betragen: CVGN-CR11Z/R (Blazing Red): 1.499,- Euro, Sony Vaio VGN-CR11S/W, S/P, S/L (Pure White, Luxury Pink, Indigo Blue): 1.299,- Euro, Sony Vaio VGN-CR19VN/B (Black): 1.499,- Euro, Sony Vaio VGN-CR19XN/B (Black): 1.299,- Euro.

ev



Die lebhaften Farben „Blazing Red“, „Indigo Blue“, „Pure White“, „Luxury Pink“ und klassisches Schwarz der VAIO CR-Serie bieten dem Anwender neben hoher Funktionalität, Performance und modernster Technologie die Möglichkeit, seiner Umgebung Lebenseinstellung und Neigung zu Extravaganz zu signalisieren.

Sony VAIO VGN-CR11S/L (Indigo Blue), UVP: 1.299,- Euro



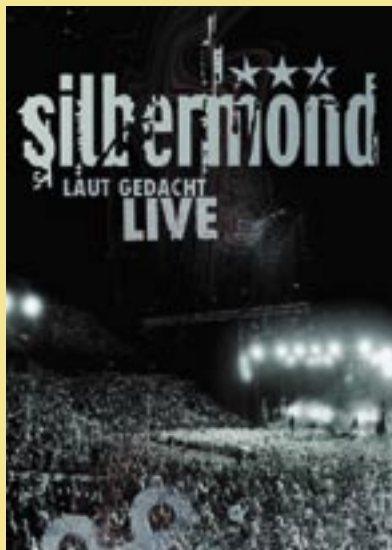
Neuheiten

Sony Blu-ray Player und Blue-ray Disc von Silbermond-Konzerten



Der Blu-ray Player BDP-S1E von Sony erweitert das bisherige HD-Angebot von Sony um ein hochwertiges Stand-alone-Gerät. Parallel veröffentlicht Sony BMG die erste Blu-ray Disc einer deutschen Band: der

Konzertmitschnitt der „Laut Gedacht Tour 2006“ von Silbermond ist seit 29. Juni auf dem Markt. Der BDP-S1E zeichnet sich insbesondere durch seine Video-Upscaling Funktion aus: Neben der Wiedergabe von Filmen auf Blu-ray Disc in der vollen HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten, optimiert der Player auch das Bild von herkömmlichen DVDs und spielt die Filme in einer HD-Auflösung bis hin zu 1080p ab. Vollendung findet das Kinoerlebnis durch den 24p-True-Cinema-



Modus: Er lässt Filme in der Original-Kino-Geschwindigkeit von 24 Bildern pro Sekunde ablaufen – vorausgesetzt, dass er an einen Fernseher angeschlossen ist, der den 24p-Modus unterstützt. Das Audiosignal wird nicht nur wie bei 5.1 Systemen über sechs Kanäle, sondern über bis zu acht Tonkanäle ausgegeben. Das Signal wird hierbei unkomprimiert über die HDMI-Schnittstelle des Players an das Soundsystem übertragen. Neben der Übertragung im 7.1 Linear PCM Format unterstützt

das Gerät auch die neuen High Definition Audio Formate 5.1 Dolby True HD und Dolby Digital plus. Die Kooperation der Schwestergesellschaften Sony Deutschland und Sony BMG umfasst nicht nur den gemeinsamen Launch der Produkte, sondern auch eine gekoppelte Präsentation im Handel an über 200 Langzeitplazierungen sowie weitere Marketing- und Promotion-Maßnahmen wie Werbespots, Anzeigen und Consumer-Mailings.

Canon zieht positive Zwischenbilanz für neues Vertriebssystem

„Vorteile für beide Seiten“

Anfang dieses Jahres führte Canon europaweit ein neues Vertriebskonzept ein, das durch transparente und klar strukturierte Konditionen den Geschäftspartnern des Unternehmens eine sichere Grundlage bieten soll. Jetzt haben die Verantwortlichen vor der Fachpresse eine positive Zwischenbilanz gezogen.

„Die Ergebnisse des ersten Halbjahres zeigen uns, dass unser neues Vertriebssystem definitiv der richtige Weg ist, um unsere Handelspartner noch wirksamer zu unterstützen“, erklärte Harald Horn, der seit dem 1. Juli als Vertriebsdirektor Canon Consumer Imaging in der Europa-Zentrale des Unternehmens unter anderem für die weitere Durchführung des Vertriebskonzeptes verantwortlich ist. Seine bisherigen Aufgaben als Leiter Consumer Imaging der Canon Deutschland GmbH wurden zum selben Termin vom bisherigen Gesamtleiter Marketing, Jürgen Schmitz, übernommen, der zum Deputy Country Direktor Germany ernannt wurde.

Das neue Vertriebskonzept sei ein weiterer Schritt beim Aufbau einer gesamteuropäischen Struktur für Canon, erklärte Horn: „Damit haben wir bereits vor acht Jahren begonnen, denn in einem Europa der offenen Grenzen und freien Warenströme gibt es dazu keine Alternative. Zunächst wurden die notwendigen Voraussetzungen innerhalb unserer Organisation geschaffen, zum Beispiel durch die Einführung eines einheitlichen IT-Systems, die Bildung der

Geben und Nehmen

Das neue Vertriebssystem wurde flächendeckend über alle europäischen Länder, Vertriebskanäle und Handelspartner eingeführt. „Dabei haben wir die Kriterien für Vergütungen und Unterstützungsmaßnahmen einheitlich definiert“, betonte Jürgen Schmitz.

„Die wichtigste Grundlage für die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern ist das Geben und Nehmen von beiden Seiten:

Das Herzstück des neuen Canon Vertriebskonzeptes ist ein einheitlicher, europäischer Listenpreis für jedes Produkt. Die weitergehenden Konditionen hängen dann von der individuellen Leistung des Handelspartners ab. Canon honoriert nach klar definierten Kriterien die Order-Effizienz (im Klartext: Menge) und die vereinbarten Zahlungsziele.

Hinzu kommen individuelle Kriterien, die gemeinsam mit dem Vertriebspartner festgelegt werden. Dazu gehört die Planung von Absatzzielen sowie Promotion- und Deko-Maßnahmen im Geschäft, kooperativer Werbung, kompetenter Beratung etc. „Diese Maßnahmen werden von unserem Außendienst und dem entsprechenden Handelspartner gemeinsam geplant“, erklärte Schmitz. „Dabei werden konkrete Aktivitäten für die nächsten drei Monate vereinbart und ein Rahmen für das folgende Quartal abgesteckt, der auf der Grundlage der gesammelten Erfahrungen angepasst und konkretisiert wird.“

Nach Ansicht von Schmitz bedeutet dies eine große Chance für den Fachhandel. „Entscheidend ist, dass wir die tatsächliche Leistung jedes Handelspartners honorieren. Wir wissen, dass kompetente Beratung, Warenverfügbarkeit und Produktdemonstrationen Geld kosten – und unterstützen darum jeden Händler, der sich mit diesen Faktoren für die Marke Canon einsetzt.“



Der bisherige Gesamtleiter Marketing Consumer Imaging bei Canon Deutschland, Jürgen Schmitz, wurde mit sofortiger Wirkung zum Deputy Country Direktor Germany ernannt.

Geschäftsbereiche Consumer Imaging und Business Solutions und die Organisation des Verkaufs nach Vertriebskanälen. Auf dieser Grundlage haben wir die Einführung des Vertriebskonzeptes sorgfältig vorbereitet, um durch europäische Listenpreise und klare, transparente Kriterien für Konditionen und Unterstützungsmaßnahmen die Zusammenarbeit mit unseren Handelspartnern zu verbessern.“

Wir unterstützen bei der Sortiments- und Abverkaufsplanung, fördern gezielt die jeweiligen Stärken des Kunden und helfen dabei, die richtigen Produkte am richtigen Ort anzubieten. Umgekehrt erwarten wir von unseren Handelspartnern die Informationen über Nachfrage, Abverkauf und durchgeführte Marketing-Maßnahmen, die wir brauchen, um diese Unterstützung leisten zu können.“



Harald Horn, Vertriebsdirektor Consumer Imaging bei Canon Europa: „Unser neues Vertriebssystem ist definitiv der richtige Weg.“

Nicht nur für Direktkunden

Das Canon Vertriebssystem gilt nicht nur für Direktkunden: „Die Vorteile unseres Vertriebssystems können auch in Zusammenarbeit mit Distributoren oder Kooperationszentralen wahrgenommen werden“, betonte Schmitz. „Mit diesen Partnern können auch konkrete Unterstützungsmaßnahmen und Ziele vereinbart werden.“

Das neue Vertriebssystem bietet nach Einschätzung der Verantwortlichen hervorragende Voraussetzungen, das Umsatzpotential der Marke Canon gemeinsam

mit den Handelspartnern zu steigern und gleichzeitig Sicherheit beim Konsumenten zu schaffen. „Wie immer, wenn man etwas Neues einführt, hat es natürlich auch kritische Nachfragen gegeben“, räumte Harald Horn ein. „Darum haben wir mit unseren Kunden intensive Gespräche geführt und konnten die überwiegende Mehrheit bereits von den Vorteilen dieses Systems überzeugen. Selbstverständlich werden wir auch in Zukunft unseren Partnern zuhören und mit Vorschlägen, wo es noch etwas zu verbessern gibt, konstruktiv umgehen.“

Canon verstärkt Handelsmarketing



Canon hat sich im Bereich Handelsmarketing personell verstärkt. Frank Offermanns besetzt seit dem 1. Juli die Position des Manager Trade Marketing, die bisher von Jürgen Schmitz als Gesamtleiter des deutschen Marketings in Personalunion geführt wurde. Offermanns, der vor seinem Einstieg bei Canon zuletzt bei Sony Deutschland beschäftigt war, führt ein sechsköpfiges Team, zu dessen Aufgaben die Implementierung und Steuerung von maßgeschneiderten Handelsaktivitäten, PoS-Support und verstärkte Handelskommunikation gehören.



for sale. frankfurt Thomas Kaiser
Personalberater für Vakanzen in Sales & Marketing

Wir sind die deutsche Niederlassung des englischen Lautsprecherherstellers GP Acoustics Ltd. im Verbund der Hongkong-Chinesischen Gold Peak Gruppe. Mit unseren Marken **KEF** und **Celestion** gehören wir zu den namhaftesten der HiFi-Szene. Und weil wir „bleibende Werte“ kreieren und sie auch als solche vermarkten, genießen unsere HiFi- und Home Cinema-Produkte bei Branchen-Insidern wie auch bei Endkunden höchstes Vertrauen. Unser Erfolg – „Wachstum in einem rückläufigen Gesamtmarkt“ – bestätigt unser Handeln. Als

Gebietsverkaufsleiter NRW (w/m, Kennz. 07-1306)

verantworten Sie ein Produktportfolio der hi-fidelen Extraklasse und fordern das „asiatische Einerlei“ der CE-Landschaft mit fachhandelsgerechten Margen, begeisternder Qualität und mit mehr als nur einem Hauch von Premium heraus. Wir erwarten von Ihnen Fleiß, Kreativität, Motivation sowie hohe vertriebliche Kompetenz im Umfeld „Braune Ware“. Sie sind bereits heute ein HiFi-begeisterter „Volblutverkäufer“ im CE-Außendienst und freuen sich auf den strukturierten und von viel Eigenverantwortung geprägten Vertrieb von Marken, die – dank ständig einfließender Produkt-Neuheiten – ihre größten Erfolge erst noch feiern werden. Aufbruchstimmung, ein motiviertes Team sowie ein Gehalt (plus Firmen-Pkw), das Ihre persönlichen Leistungen attraktiv berücksichtigt, sind Ihnen wichtiger als eingetretene Pfade und starre Hierarchien eines Großkonzerns.

“There are three kinds of people. Those who make things happen, those who watch things happen and those who wonder what happened. If you're the above mentioned you know who we're looking for. Join us and let your passion become your profession.”

Wenn Sie unser Angebot reizt und Sie sich als „Mitmacher“ verstehen, dann senden Sie bitte Ihre komplette Bewerbungsmappe (inkl. Angabe Ihrer Gehaltsvorstellung und dem frühest möglichen Eintrittstermin) an die von uns beauftragte Personalberatung. E-Mail-Bewerbungen reduzieren Sie zunächst bitte auf Anschreiben und Lebenslauf (Word-, Excel- od. PDF-Datei bis max. 300 KB / T.Kaiser@forsale-frankfurt.de).

for sale. frankfurt Thomas Kaiser • Dortelweiler Str. 18 • 61118 Bad Vilbel • Tel. +49 (6101) 5585540



Digitale Grabsteine

Die Digitalisierung unseres Alltags schreitet voran und erfasst nicht nur, wie immer gesagt wird, „alle Lebensbereiche“, sondern auch das, was danach kommt. Bei niederländischen Bestattern, die fast schon ein Monopol für die kostengünstige Entsorgung der aussterbenden europäischen Urbevölkerung haben, sind sie der absolute Hit: digitale Grabsteine. Gemeint sind nicht virtuelle Gräber und Friedhöfe im Internet, sondern wetter- und temperaturbeständige LC-Displays, die in einem gegen Vandalismus schützenden Gehäuse in den massiven Grabstein oder die Grabplatte eingelassen werden und Bilder oder Szenen aus dem Leben des Verstorbenen abspielen. Das soll es Hinterbliebenen beim Besuch der Grabstätte erleichtern, die spirituelle und emotionale Verbindung zu dem Verstorbenen herzustellen. Zum Speichern und Abspielen der Vergrößerungsbild-Programminhalte ist ein in das Display integrierter Minicomputer und eine netzgebundene oder aus Solarzellen gespeiste Stromversorgung erforderlich. Die Darbietung auf dem digitalen Grabstein soll Fremden nicht zugänglich sein. Deshalb ist die Identifikation über Code-Eingabe oder drahtlosen Schlüssel erforderlich. Audio-Darbietungen zur Bilder-Show sind bisher wegen der damit verbundenen Geräuschkulisse nicht vorgesehen. Aber mit Hilfe von Bluetooth Headsets wird man wahrscheinlich auch die Toten umweltverträglich zum Reden bringen können. Zur Zeit arbeitet man daran, dem Toten über das Internet SMS-Botschaften wie „Ich denke gerade an Dich“ auf seinen Grabstein-Computer senden zu können, die dann auch auf dem Display sichtbar werden. In Deutschland scheitern die digitalen Grabsteine nicht so sehr an den meist restriktiven Friedhofs-Ordnungen, sondern an den hohen Fixkosten für die laufenden GEZ-Gebühren. Denn wir wissen ja: Jeder Computer ist auch ein potentielltes Fernsehgerät.

evo

QUADfest findet zum 3. Mal in der Eifel statt

Wie in den letzten Jahren treffen sich auch in 2007, genauer am 7. und 8. September 2007 (jeweils 10 bis 18 Uhr), wieder alle QUADfreunde bei der QUAD Musikwiedergabe in Gering in der Eifel. In ungezwungener Atmosphäre kann man die klassischen und neuen Elektrostaten vergleichen. Wer möchte, erfährt alle Details über Restaurationsmöglichkeiten und kann mit Gleichgesinnten diskutieren. Neben QUAD zeigen wir in diesem Jahr auch wieder die Produkte von KLANGWERK, ERGO und HEIL. Analogfreunde werden sich auf den THORENS TD124 und dessen Restaurationsmöglichkeiten freuen.

QUAD Musikwiedergabe GmbH

Brunnenstraße 57 • 56751 Gering

Tel.: +49(0)2654 987977

Fax: +49(0)2654 987976

email: HYPERLINK

"mailto:QUAD-GmbH@t-online.de"

QUAD-GmbH@t-online.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; Dr. 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. 8 v. 1. Januar 2007

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: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL ist offizieller Partner
des Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben
nicht in jedem Fall die Meinung der

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

Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand:

Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung
und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen 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



Stellen Sie sich vor: Ein Schwarz, so revolutionär, dass es alle Farben zum Leuchten bringt.

Überraschen Sie Ihre Kunden mit einer Weltneuheit, die alles bisher Gesehene revolutioniert: Die Super Clear Panel-Technologie der neuen Samsung 1080p Full HD LCD-Fernseher. Das Panel überzeugt mit einer Kontraste von bis zu 15.000:1 und sorgt damit für noch tiefere Schwarztöne und leuchtende Farben. Mit der überlegenden Technologie und dem hochwertigen Design des neuen Samsung Full HD LCD TV ist eben alles vorstellbar. www.samsung.de



Samsung 1080p Full HD
LCD TV mit Super Clear Panel
M8-Serie in 52" 46" 40"



LE40M86BD



Unglaubliche Augenblicke in High Definition.

'Sony', 'Handycam' and 'like no other' are registered trademarks of the Sony Corporation, Japan.



Bis zu 100 GB Festplatte.

 x.v.Colour

Full HD
1080

SONY

HANDYCAM®

detail like.no.other™