

POS-MAIL

August 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

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

Free
your
sales



Die Innovation von Sennheiser: Die MX Wireless 1 Stereo-Ohrhörer sind mit ihrer vollständig kabellosen Übertragungstechnik in dieser Form völlig neu. Neben einem klaren Sound der Extraklasse erwartet Ihre anspruchsvollen Kunden mit dem Haltesystem „Twist-to-fit“ ein äußerst angenehmer Tragekomfort. Setzen Sie mit uns Impulse für Ihre Verkäufe! www.sennheiser.com

IFA: Gut unterwegs

Der Countdown läuft!



Wenige Wochen vor Beginn der IFA in Berlin zeigt sich, dass die Schaffung des neuen Bereiches Home-Appliances mit der Elektro-Hausgeräte-Industrie der Messe noch mehr Marktbedeutung verschafft. Der Fachhandel hat jetzt erweiterte Geschäftsmöglichkeiten, da die Messe alle Produktsegmente der modernen Handelslandschaft abbildet. Dennoch wird das Kerngeschäft nach wie vor mit Produkten aus dem Bereich der Consumer Electronics gemacht. Alleine in diesem Markt rechnet die Branche für das Jahr 2008 mit einem Umsatzwachstum von rund zwei Prozent auf mehr als 23,7 Milliarden Euro.

Alle großen Hersteller der Consumer Electronics und der Elektro-Hausgeräte-Industrie werden sich gemeinsam auf einer Ausstellungsfläche von 152.200 Quadratmetern zuzüglich des Freigeländes präsentieren. Im CE-Bereich sind Neuheiten aus den Sparten Home Audio, Home Cinema, der mobilen Navigation, der Telekommunikation sowie der privat genutzten IT gefragt, während bei

den Elektrohausgeräten Themen wie Lifestyle, Komfort, Gesundheit und Energieeffizienz im Trend liegen.

Flachbildschirme, High-Definition, Audio-Systeme und Home-Entertainment sind die beherrschenden Themen der diesjährigen IFA. Die neuesten Gerätegenerationen der Flat-TVs warten nicht nur mit besseren Bildern, höherer Ausstattung und ansprechendem Design

auf, sondern werden schmaler und flacher. So wird die IFA 2008 etliche LCD-Modelle zeigen, die nur noch 1,5 Zoll (3,8 cm) tiefe Gehäuse haben. Und das ist erst der Anfang: Prototypen zeigen, dass es noch viel dünner geht: 1 cm (0,4 Zoll) ist das nächste Etappenziel der Bildschirm-Evolution. Gleichzeitig wachsen die Bildschirme in Größenregionen bis hin zum Diagonalmass 150 Zoll (381 Zentimeter).

Großformatige Flachbild-Fernseher mit HD-ready- oder Full-HD-Ausstattung setzten sich in den letzten Monaten immer schneller durch und schaffen damit die Basis für den Generationswechsel im Fernsehen. Fast alle verkauften großformatigen LCD- und Plasma-Displays sind dabei für hochauflösende Inhalte geeignet (HD-ready, Full-HD). Mittlerweile

hat sich auch das 37-Zoll-Format als Standardgröße herauskristallisiert, womit besonders in diesem Segment in diesem Jahr mit einem verstärkten Absatz zu rechnen ist. Momentan entfallen 60 Prozent des Umsatzes mit flachen TV-Geräten auf Geräte mit 37 Zoll Bildschirmdiagonale oder größer. In Deutschland kann man HDTV-Programme bereits seit 2006 abonnieren, und ab 2010 wollen auch ARD und ZDF den HD-Regelbetrieb aufnehmen.

Mehr Blu-ray-Player

Echten HD-Content liefern aber Blu-ray-Discs, und diese Gattung der High-Definition-Medien wird auf der IFA ihren endgültigen Durchbruch erleben. Das Ende des Format-Wettbewerbs hat die Nachfrage nach optischen HD-Medien erheblich gesteigert. Die-


www.funai.de

Hisense Hisense Hisense

powered by

powered by

powered by



DAEWOO
ELECTRONICS

www.daewoo-electronics.com
IFA Berlin 2008 Halle 7.2.b

Vielfalt in Berlin

Auch wenn die Olympischen Spiele in Peking bereits am 24. August zu Ende gehen, heißt es ab 29. August in Berlin: Dabei sein ist alles. Die IFA lädt auch in diesem Jahr zur Leistungsshow der Consumer Electronics ein und setzt mit der erstmaligen Präsenz von „Weißer Ware“ auf der Home Appliances @ IFA auf eine neue Vielfalt.



Offensichtlich ist die Strategie der Organisatoren, den ehemaligen Zweijahres-Event IFA zu einer jährlichen Messe umzufunktionieren, weitgehend aufgegangen. Gab es vor zwei Jahren noch einige bedenkliche Lücken im Aussteller-Portfolio, so scheint in diesem Jahr die Consumer Electronics Branche mit allen bekannten Marken geschlossen anzutreten. Lediglich der Bereich Foto und Imaging – im Vorjahr noch respektabel vertreten – ist 2008 wenig sichtbar; das erstaunt nicht, denn kurz nach der IFA findet bekanntlich in Köln die photokina statt, und die ist als weltweite Leitmesse unangefochten der Mittelpunkt des globalen Imaging-Geschäftes.

Gespannt darf man sein, wie sich der neue Sektor „Haushaltsgeräte“ in Berlin präsentieren wird – die einschlägigen Hersteller werden jedenfalls erwarten, nicht nur als Anhängsel der Consumer Electronics in Berlin wahrgenommen zu werden. Wenn es gelingen sollte, den digitalen Lifestyle von der Entertainment-Welt des Wohnzimmers in die Küche oder sogar den Waschkeller zu übertragen, wäre der Messe Berlin ein echtes Meisterstück gelungen. In ein paar Wochen wissen wir mehr.

Was heute schon feststeht: Im Sektor Consumer Electronics wird die IFA wichtige Signale setzen. Die Branche hat Grund zum Optimismus: Zwar wird das Thema HD durch die langsame Reaktion der Fernsehsender immer noch unter Wert verkauft, aber zumindest haben die Konsumenten jetzt Sicherheit bei den Medien, denn Blu-ray hat das Rennen gemacht, und die Software-Industrie wird immer mehr Programme anbieten. Ein weiterer Hoffnungsträger der Branche ist der boomende Markt für mobile Navigation, dem in Berlin eine ganze Halle gewidmet sein wird.

Die Reise zur IFA wird sich auf jeden Fall lohnen. Wir wünschen Ihnen bereits jetzt erlebnisreiche Tage und gute Geschäfte in der deutschen Hauptstadt.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

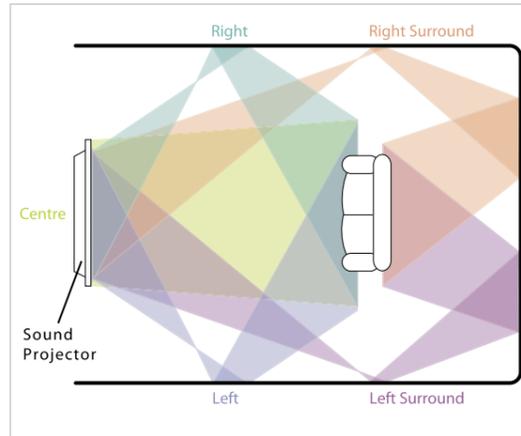
Franz Wagner
Objektmanagement

ser Trend wird sich auch in vielen neuen Blu-ray Player-Modellen niederschlagen, die zum Jahresendgeschäft auf den Markt kommen werden. Ein weiterer Trend zeichnet sich in puncto Ton zum Bild ab: Der Verbraucher ist zwar von Surround-Sound fasziniert, möchte auf der anderen Seite jedoch keine fünf oder mehr Lautsprecher, verbunden mit den zugehörigen Kabeln, bei sich zu Hause aufstellen. Die sogenannten Soundbars, bei denen sich mehrere Lautsprecher in einem langen, schlanken Gehäuse befinden und nur durch ein Kabel mit



Die Vision 9-Familie von Grundig bietet volle HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Pixeln sowie eine Bildwiederholrate von 100 Hertz. Im „Movie Mode“ werden 24 Bilder pro Sekunde gezeigt und sorgen damit für die originalgetreue Wiedergabe aller Kino-Filme via Blu-ray-Disc, HD-DVD oder HD-DVB Settop-Boxen.

16 Konus-Lautsprecher hat Grundig in die Soundbar integriert; der Subwoofer sitzt in der Gehäuse-Rückseite und strahlt nach hinten ab. Für den Surround-Sound sorgt eine ausgeklügelte Technologie, bei der die einzelnen Lautsprecher mit minimaler Zeitverzögerung angesteuert werden. Dadurch entstehen Schallbündel, die an unterschiedliche Punkte im Raum gerichtet sind und von den Wänden reflektiert werden. Das Ergebnis ist ein Rundum-Sound, wie ihn sonst nur 5.1-Anlagen erzeugen können.



erzeugen können. Der Soundprojektor ist bei allen Geräten der Vision 9-Familie integraler Bestandteil und bildet eine optische Einheit mit dem LCD-TV.

Philips Aurea – edel und schön

Mit der Aurea 9900-Serie hat Philips ein Designstück geschaffen, welches dem Premium-Anspruch der Marke gerecht wird. Das perlmuttweiße Gehäuse ist mit einer planen Glasscheibe versehen, was dem Display nicht nur ein edles Aussehen verleiht, sondern es gleichzeitig vor äußeren Einflüssen schützt. Selbst im ausgeschalteten Zustand schimmert der Rahmen leicht weiß. Die 9900-Serie ist in den Bildschirmgrößen 37 Zoll und 42 Zoll erhältlich. Philips hat mit der neuen Version der Perfect Pixel HD Engine einen weiteren Schritt hin zum perfekten Bild gemacht. Die Perfect Pixel HD Engine mit Clear LCD ermöglicht die extrem kurze Reaktionszeit von zwei Millisekunden bei 100 Hertz sowie eine Darstellung von 2.250 Billionen Farben in 1.080p-Auflösung. Die Perfect Pixel HD Engine berücksichtigt jedes Element des Bildverarbeitungsweges, vom HD-Input bis hin zum gesamten Full-HD 1.080p-Erlebnis. Die kurzen Reaktionszeiten sind das Resultat der hohen Rechenleistung des Bildverarbeitungssystems, welches 500 Millionen Pixel pro Sekunde

dem Display verbunden sind, stehen im Blickpunkt von Anwendern und Herstellern. Auf der diesjährigen IFA-Preview in Hamburg zeigten bereits einige Hersteller, auf was sich Handel und Verbraucher in diesem Jahr noch freuen dürfen.

Grundigs Vision 9

Grundig hat mit seiner Vision 9-Serie gleich mehrere Kernfaktoren in seine Flat-TVs integriert, die ein LCD-TV der High-End-Klasse heute haben muss. Die Vision 9 arbeitet mit voller HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln sowie einer Bildwiederholrate von 100 Hertz. In Kombination mit der Motion-Picture-Improvement-Technologie zur Vermeidung von Bewegungsunschärfen entsteht so ein klares Bild mit höchster Auflösung, das auch bei schnellen, bewegten Szenen immer scharf bleibt. Im „Movie Mode“ werden 24 Bilder pro Sekunde gezeigt und sorgen damit für die originalgetreue Wiedergabe aller Kino-Filme via Blu-ray-Disc, HD-DVD oder HD-DVB Settop-Boxen mit gleichförmiger Bewegungswiedergabe auch ohne Filmshutter.

Für die Verbindung zu Zuspield- und Empfangsgeräten stehen bei den Vision 9 vier HDMI-Anschlüsse zur Verfügung, die alle dem HDMI 1.3 CEC-Standard entsprechen. Dadurch ist die Steuerung der angeschlossenen Peripheriegeräten wie DVD-Player, Satelliten-Receiver oder DVB-T-Empfänger über die Fernbedienung des Displays möglich, sofern diese Geräte ebenfalls über HDMI 1.3 CEC

verfügen. Dabei müssen die Wiedergabe- oder Empfangsgeräte nicht aus dem Hause Grundig stammen.

Integrierter Soundprojektor

Vision 9 bietet zum Bild auch den richtigen Ton, der durch den unter dem Bildschirm angeordneten Soundprojektor erzeugt wird. 16 leistungsfähige, spezielle Konus-Lautsprecher sowie ein in die Gehäuse-Rückseite integrierter, nach hinten abstrahlender Subwoofer sorgen für druckvollen Sound. Für den Surround-Sound sorgt eine ausgeklügelte Technologie, bei der die einzelnen Lautsprecher mit minimaler Zeitverzögerung angesteuert werden. Dadurch entstehen Schallbündel, die an unterschiedliche Punkte im Raum gerichtet sind und von den Wänden reflektiert werden. Das Ergebnis ist ein Rundum-Sound, wie ihn sonst nur 5.1-Anlagen



Philips hat seine neuen Displays der Serie 9900 mit einer Glasscheibe, weißem Gehäuse und Ambient Light Spectra-Technologie ausgestattet. Die Perfect Pixel HD Engine mit Clear LCD ermöglicht zwei Millisekunden Reaktionszeit bei 100 Hertz sowie eine Darstellung von 2.250 Billionen Farben in 1.080p-Auflösung.



Der Art SL ist der bislang schmalste Fernseher von Loewe. Der Art 47 SL Full-HD+ 100 als auch der Art 42 SL Full-HD+ 100 sind mit allem Komfort ausgestattet, den der Kunde für ein erstklassiges Heimkinolerlebnis braucht. In das SlimLine-Gehäuse sind Receiver für DVB-T und DVB-C integriert.

verarbeiten kann. Trotz der komplexen Technologie geht die Kalibrierung der Bildeinstellungen mit dem Philips Einstellungsassistenten schnell vonstatten. Mittels eines Programms, das einem Sehtest ähnelt, kann der Zuschauer das für ihn optimale Bild und den besten Sound festlegen.

Die Flat-TVs der Aurea-Serie sind mit vier HDMI-Anschlüssen ausgestattet. Damit lassen sich zum Beispiel Camcorder, Spielekonsolen oder Settop-Boxen ohne Probleme an das Gerät anschließen. Auch hier hilft das System unerfahrenen Anwendern mit einem Anschluss-Assistenten, der auf dem Bildschirm in grafischer Form zeigt, welche Geräte am besten mit welchem Port verbunden werden sollten.

Zusätzlich ist die 9900er-Serie mit einer Ethernet-Schnittstelle versehen und darüber hinaus DLNA-fähig (Digital Living Network Alliance). So lassen sich beispielsweise Filme oder Fotos von einem Windows-PC auf dem Display ohne Zusatzgeräte wiedergeben.

Loewe Art SL – die Kunst zu sehen

Einfach komfortabel ist der Anspruch, mit dem Loewe seine neue Produktlinie Loewe Art entwickelt hat. Mit einer Bautiefe von nur 89,9 Millimetern bei einer Bildschirmdiagonale von 1,06 Metern ist das Display der bislang schmalste Fernseher aus dem Hause Loewe. Der Art 42 SL liefert hochauflösende Bilder in Full-HD mit 1.080 x 1.920 Bildpunkten sowie 100-Hz-Technologie und 24p-Kinofilmendarstellung. Dies bedeutet mehr Bewegungsschärfe,

selbst bei schnellen Kameraschwenks. Ebenfalls in das SlimLine-Gehäuse integriert sind die Receiver für DVB-T und DVB-C sowie optional auch für DVB-S zum Empfang von digitalen terrestrischen, Kabel- und Satelliten-



Mit seinen neuen Displays fokussiert sich Sharp auf den Qualitätsmarkt bei LCD-TVs und damit auf Produkte, die gehobene Ansprüche wie hoher Qualitäts- und Verarbeitungsstandard sowie Mehrwert durch Zukunftsfähigkeit, Design, Ausstattung und Service erfüllen.

Signalen. HDTV-Sendungen können damit ohne zusätzliche Geräte empfangen werden.

Auf Wunsch kann der Flat-TV mit dem Festplattenrecorder DR+ mit 250 GB Speicherkapazität zum unkomplizierten Aufzeichnen und zeitversetzten Wiedergeben von Fernsehsendungen in HDTV-Qualität ausgerüstet werden.

Der Loewe Art wird zur Internationalen Funkausstellung in zwei Gehäusefarben und zunächst zwei Gerätegrößen vorgestellt: Als 42-Zoll-Variante mit 106 cm Bilddia-

gonale und mit einem 47-Zoll-Display mit 119 cm Bilddiagonale. Der Art 47 SL ist damit eine Alternative zu 46- beziehungsweise 42-Zoll-Plasma Fernsehgeräten.

Gleichzeitig bietet damit Loewe jetzt auch außerhalb der Individual-Linie einen attraktiven, großformatigen LCD-Fernseher an.

Loewe Art ist in den beiden Farbvarianten Chromsilber und Hochglanz Schwarz erhältlich. Dekorative Details wie der schwarze Display-Rahmen oder das verchromte Inlay der Variante in Hochglanz Schwarz betonen den ästhetisch ausgewogenen, minimalistischen Gesamteindruck. Die neue Loewe Art Linie tritt die Nachfolge der Xelos-Modellreihe an.

32-Zoll-Fachhandels-Gerät von Sharp

Sharp stellt mit dem Aquos LCD-LC-RD8E ein Fachhandels-Exklusiv-Display in 32 Zoll (81 Zentimeter) vor. Der LC-32RD8E ist mit der 100-Hertz-Technologie ausgestattet. Dies bedeutet eine doppelte Bildanzahl pro Sekunde und entsprechend ruhigere Bildverläufe. Ein weiteres Kriterium, das die Kaufentscheidung zu-

nenleben der LCD-TVs ist „grün“: Die verarbeiteten Materialien sind recyclebar.

Neben zwei HDMI-Eingängen beim LC-32RD8E sorgen jeweils zwei Eurocartanschlüsse für vielseitige Anschlussmöglichkeiten weiterer Geräte. Hinzu kommen ein Antennenanschluss, je ein S-Video und ein Video (Cinch)-Anschluss und eine 3,5-mm-Minibuchse für Kopfhörer. Der LC-32RD8E ist für 899,00 Euro verfügbar.

Mit seinen neuen Displays fokussiert sich das Unternehmen auf den Qualitätsmarkt bei LCD-TVs und damit auf Produkte, die gehobene Ansprüche wie hoher Qualitäts- und Verarbeitungsstandard sowie Mehrwert durch Zukunftsfähigkeit, Design, Ausstattung und Service erfüllen. Die Verbraucher orientieren sich beim Kauf eines neuen Fernsehers zusätzlich auch an „weichen“ Kriterien wie Garantieleistungen oder Energieeffizienz.

Die IFA steht vor der Tür, einen ersten Eindruck dessen, was noch vor uns liegt, bot bereits die Pre-IFA. Hält die IFA nur annähernd das, was die Hersteller bislang gezeigt haben, dann steht uns ein spannendes zweites Halbjahr bevor.

Die IFA steht vor der Tür, einen ersten Eindruck dessen, was noch vor uns liegt, bot bereits die Pre-IFA. Hält die IFA nur annähernd das, was die Hersteller bislang gezeigt haben, dann steht uns ein spannendes zweites Halbjahr bevor.



POS-MAIL INHALT

Aktuell	... 4
Grundig: Ausrichtung auf den europäischen Markt	... 5
Philips: Die Zukunft liegt im LCD-Geschäft	... 6
Toshiba: Zukunftsweisende Technologie für LC-Displays	... 7
Unterhaltungselektronik	... 8
Satellitentechnik	... 9
Funai: Kritische Analyse als Basis erfolgreicher Produkte	... 10
Bose: red dot-design team of the year	... 10
Displays	... 11
Vom Kabel befreit: High Definition TV mit „WirelessHD“	... 12
Zwei neue Panasonic Full-HD-Camcorder mit weltweit erstem 3MOS Kamerasystem	... 13
Microsoft: PoS-Display steigert Zubehörverkauf	... 14
Expert: Geschäft mit Flat-TVs nimmt weiter zu	... 15
Nokia Maps macht Handys zum Navigator	... 16
Navigation	... 17
Sennheiser steigerte im Jahr 2007 Umsatz und Ertrag	... 18
IFA GUIDE	... 19

Samsung: Chrystal Design – a class of its own ...21



Alpine Electronics: Mit neuem Show-Truck unterwegs ... 27

Garmins Ansehen im Fachhandel wächst permanent ...28

Telekommunikation ...29, 30

iPublish steigt verstärkt in den CE-Markt ein 31

debitel CEO Oliver Steil erläutert Strategien und Dienste ... 32

MP3 ... 33

ITK-Branche und Weltklima ...36

Informationstechnologie ... 36, 38, 40, 42

10 Jahre Sony Vaio Notebooks: Aktuelles Sommer Line-up ...37

GN Netcom: Neues Designkonzept bringt Zusatznutzen ...39

Sony NEC Optiarc: Beste Ausgangsposition für den IT-Fachhandel ...39

PoS-Neuheiten ... 40

Farbenfrohes Kamera-Quintett von Samsung ...40

Games ... 41

Kleinanzeigen ... 43

No(?)sense ... 43

Impressum ... 43

POS Aktuell

Horst Nikolaus hat Grundig verlassen

Horst Nikolaus, bei der Grundig Intermedia GmbH als Regional Director Central verantwortlich für den Vertrieb in ganz Mitteleuropa, hat das Unternehmen verlassen, um sich neuen beruflichen Herausforderungen zu stellen. Seit 1. Juli ist Nikolaus neuer General Manager bei Polaroid. „Die Stelle des Regional Directors Central Europe wird“, so Dr. Michael Peterseim, „nach dem Ausscheiden von Horst Nikolaus nicht neu besetzt.“ www.grundig.de



Horst Nikolaus

Claas Eimer leitet comTeam

Ab sofort ist Claas Eimer neuer Geschäftsführer der comTeam Systemhaus GmbH. Mit der Berufung von Claas Eimer durch den Beirat von ElectronicPartner leitet jetzt ein Mann aus dem eigenen Hause die Geschicke der comTeam Systemhaus GmbH. Auch in Zukunft stehen für Eimer Vertrieb, Marketing und Networking im Sinne der Partner an oberster Stelle. „Ich persönlich setze alles daran, dass wir mit comTeam unsere Mitglieder dabei unterstützen, im Markt besonders erfolgreich zu sein“, bekräftigt Claas Eimer. www.comteam.de



Claas Eimer

Dr. Heinz Fischer bei Loewe

Dr. Heinz Fischer (49) verstärkt das Vertriebs-Team von Loewe. Er ist verantwortlich für die ausländischen Tochtergesellschaften und das internationale Projektgeschäft. Dr. Heinz Fischer verfügt über langjährige Führungserfahrung in der Consumer Electronics (Sony, LG) und hat als Geschäftsführer das Unternehmen Dyson in Deutschland und Österreich etabliert. Er kommt von T-Mobile zu Loewe. www.loewe.de



Dr. Heinz Fischer

Neuer Leiter Sales bei Nagravision

Holger Ippach hat die Leitung der Vertriebsregion Nord- und Zentraleuropa (NCE) von Nagravision Digital TV übernommen. Zur Region Nord- und Zentraleuropa gehören Deutschland, Österreich, die Schweiz, Großbritannien, Polen, Rumänien und Russland. Holger Ippach verfügt über Erfahrungen in den Bereichen Digitalfernsehen sowie



Holger Ippach

IPTV. Er ist seit Anfang 2005 bei Nagravision tätig, zuletzt als Senior Vice President im Breitband Bereich verantwortlich für Produktentwicklung sowie die Erweiterung und Pflege internationaler Geschäftsbeziehungen. www.nagravision.com

Epson verzahnt Marketing und Vertrieb

Epson setzt ab sofort auf ein Fachhandels-Tandem: Eva Hell, Leiterin Handelsmarketing, und Thomas Dammann, Vertriebsleiter IT-Fachhandel, leiten den Fachhandelsvertrieb Hand in Hand und sorgen damit für eine engere Verzahnung von Vertrieb und Marketing. Eva Hell (31) ist Betriebswirtin mit Schwerpunkt Marketing und Controlling. Zuletzt agierte sie als Spezialistin für Solution und Consulting mit dem Schwerpunkt Consulting-Analysen in Unternehmen.



Thomas Dammann arbeitete in verschiedenen Positionen bei Hitachi Ltd., unter anderem im Rahmen eines einjährigen Auslandsaufenthaltes in Tokyo/Japan und später als Area-Manager. Das Tandem Hell und Dammann wird unterstützt von einer 13-köpfigen Sales-Mannschaft. www.epson.de

Loewe verabschiedet Dr. Rainer Hecker

Nach über 25 Jahren, davon 18 Jahre an der Spitze des Unternehmens, ist Rainer Hecker mit Wirkung zum 9. Juni 2008 aus dem Vorstand der Loewe AG ausgeschieden. Mit einem Festakt unter dem Motto „Ihr Werk sagt Danke“ wurde auf dem Werksgelände der Loewe AG in Kronach Dr. Rainer Hecker verabschiedet. Der neue Vorstandsvorsitzende, Frieder C. Löhner, stellte in seiner Begrüßung fest, dass Rainer Hecker für eine weiteorientierte Unternehmensführung stehe und wertete diesen Tag als Aufbruch. Ein Aufbruch in einen neuen



Überreichung der Geschenke durch den Loewe Vorstand an Dr. Rainer Hecker (2. von links) und seine Gattin Helga Hecker

Lebensabschnitt und zu neuen Taten als Aufsichtsratsvorsitzender der Loewe AG. Mit 38 Jahren kam Rainer Hecker von Philips zu Loewe, um als Finanzgeschäftsführer die ehemalige Philips-Tochter zu kontrollieren. 1985 stieg Philips als Gesellschafter bei Loewe aus, was für Rainer Hecker den Beginn als Unternehmer bedeutete. Im selben Jahr gelang dem Unternehmen der Einstieg in den Premi-

ALPINE
Mobile Media Solutions

ex-10 iPod-Anbindung der Extraklasse!

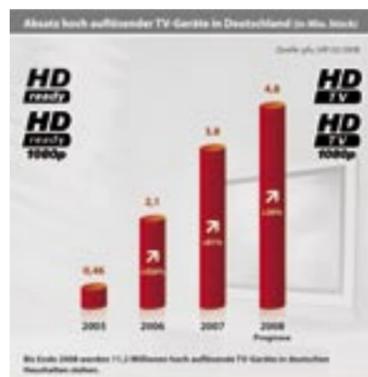
iPod Controller mit Bluetooth – Für jedes Audiosystem in jedem Fahrzeug!

Mehr Infos unter www.alpine.de

ummarkt mit dem Designklassiker Art 1. www.loewe.de

Kulturkanal ARTE startet mit HDTV

ARTE strahlt ab sofort sein deutschsprachiges Programmangebot über Astra 19,2 Grad Ost in HDTV aus. Gleichzeitig ist Sharp eine Kooperation mit dem Sender eingegangen, um das Thema HDTV weiter nach vorne zu treiben. Parallel hierzu setzt ARTE die Übertragung in Standard-Auflösung fort und will den Anteil seiner HD-Produktionen in den nächsten zwei Jahren kontinuierlich erhöhen. Programmanteile, die noch nicht in HD-Formaten verfügbar sind, werden vorerst auf das feinere HD-Zeilenraster hoch konvertiert, um über den neuen HDTV-Kanal von Anfang



2007 wurden 3,8 Millionen HD-taugliche Geräte verkauft. Dieses Jahr sollen es rund 5 Millionen werden.

an das komplette ARTE-Programm anzubieten. Heute gibt es bereits rund neun Millionen HD-tüchtige Fernsehgeräte in den deutschen Haushalten. Allein im Jahr 2007 wurden 3,8 Millionen HD-taugliche Geräte verkauft. Für 2008 rechnen die Marktforscher mit weiteren fünf Millionen verkauften HD-Geräten. Modelle mit dieser Ausstattung dominieren inzwischen den Branchen-Umsatz mit flachen Fernsehgeräten zu 95 Prozent. www.arte.de

Neues Handelsportal „LG E-Connect“

Ab sofort hat LGE das neue Handelspartnerportal „LG E-Connect“ für seine Partner im Internet freigeschaltet. Über einen USB-Stick, der als Zugangsschlüssel dient, haben die Händler Zugriff auf umfassende aktuelle Produktinformationen, Datenblätter sowie Bildmaterial zu allen ISP

Produkten. Updates erfolgen automatisch über den Internetzugang.

Der neue LG Handelspartner Support bietet zudem einen direkten Online-Kontakt zum Unternehmen. „Unsere neue Plattform LG E-Connect dient der besseren Unterstützung der Händler und ergänzt unsere Händlerhotline LG-Connect“, so Stefan Tiefenthal, Director ISP bei LG. „Unser Ziel ist es, bis Ende des Jahres 400 neue Fachhändler unter Vertrag zu nehmen.“ www.lge.de

Samsung verstärkt Marketing-Team

In seiner neuen Position als Head of CE Marketing verantwortet Gerd Weiner (43) seit dem 1. Juli 2008 den Gesamtbereich des Handels- und Produktmarketing im Consumer Electronics Bereich von Samsung. Er berichtet direkt an Hans Wienands, Business Director Samsung CE. Weiner bringt mehr als elf Jahre Berufserfahrung in leitenden Funktionen bei Thomson mit. Hier bekleidete er zuletzt die Position des Geschäftsführers Sales Germany and Austria. „Gerd Weiner wird uns dabei unterstützen, das Produkt- und Handelsmarketing von Samsung CE in Deutschland weiter erfolgreich auszubauen“, so Hans Wienands. www.samsung.de



Gerd Weiner

LCD- und Plasma-TV-Verkauf hat angezogen

Die Unterhaltungselektronik-Industrie zieht eine positive Bilanz der Fußball-Europameisterschaft 2008 in der Schweiz und Österreich. Die Marktforscher der GfK und der gfu verzeichnen für den Mai 2008 in Deutschland Steigerungsraten von 22 Prozent beim Absatz und 37 Prozent beim Umsatz von TV-Geräten, verglichen mit Mai 2007. Insgesamt wurden über alle Absatzkanäle im Mai 2008 knapp 500.000 Fernsehgeräte verkauft. Diese Marktentwicklung setzte sich in abgeschwächter Form ersten Erhebungen zufolge im Juni fort. Der Trend zu großformatigen Geräten der Bildschirmklassen von 37 Zoll und größer setzt sich mit einer Umsatzsteigerung von 135 Prozent gegenüber dem Vorjahreszeitraum fort. Inzwischen entfallen 60 Prozent des Umsatzes mit flachen TV-Geräten auf Geräte mit 37 Zoll Bildschirmdiagonale oder größer. Zudem sind fast alle verkauften großformatigen LCD- und Plasma-Displays HD ready oder Full-HD-fähig. www.gfu.de

Archos erweitert Content-Portal

Ab sofort sind auf dem Archos Content-Portal (ACP) mehr als 8.000 Filme und Dokumentationen sowie mehr als 5 Millionen Musik-Alben verfügbar. Um den Content vom Archos Media Club zu beziehen, kann der Endkunde im Handel Prepaid-Cards erwerben. Über die Karten kann der Kunde die Filme dann kaufen und direkt auf Archos WiFi-Geräte der Generation 5 herunterladen. www.archos.com

Panasonic Batteries mit neuem Verpackungsdesign

Mit dem neuen Verpackungsdesign für Ladegeräte und Akkus hat Panasonic Batteries bedarfsgerechte Blisterlösungen entwickelt, das sowohl die Anliegen des Handels als auch die Anforderungen von Endverbrauchern berücksichtigt. Viele Handelspartner machen beim Verkauf die gleichen Erfahrungen: Häufig öffnen Verbraucher Kartonverpackungen, um das Produkt zu sehen, und beschädigen dadurch die Umhüllung. Vorteile bieten daher Plastikbox-Verpackungen, da sie in der Handhabung praktisch und kompakt sind und zugleich das Produkt präsentieren. Vom Handel bevorzugt werden Clamblisters, die über ebensolche Eigenschaften verfügen.

Verbraucher wünschen sich ebenfalls transparente Verpackungen. Akkus und Ladegeräte werden vor allem gekauft, um die Umwelt zu schützen und Geld zu sparen. Diese Hauptverkaufsargumente sollten nicht in Symbolen, sondern in leicht verständlicher Textform vermerkt sein. Der Text muss der Landessprache entsprechen. Ebenso erwarten Verbraucher die wichtigsten Informationen wie etwa die Ladezeit auf der Frontseite der Verpackung.

Als optimierte Lösung hat Panasonic Batteries Clamblisters entwickelt, die allen Anforderungen entsprechen. Die Ladegeräte sind in dieser diebstahlschutzten Verpackung deutlich sichtbar. Eine Kartonbanderole führt sämtliche Produktinformationen auf. Sowohl die enthaltenen Akkus als auch die Ladezeit sind deutlich hervorgehoben. Durch eine farbliche Unterscheidung lassen sich Rechargeable Accu- und Infinium-Sets leicht auseinanderhalten. Auch bei den Akkuverpackungen trägt eine textliche und symbolische Kennzeichnung dazu bei, dass Verwechslungen von Akku- mit Batterieblisten vermieden werden. Hierzu wurde der Recharge-Accu in „Rechargeable Accu“ umbenannt, um für Verbraucher noch deutlicher zu kennzeichnen, dass Akkus wiederaufladbar sind. www.panasonic-batteries.com



Grundig: Ausrichtung auf den europäischen Markt

LCD-TVs aus eigener Fertigung

Grundig hat wieder eine eigene Produktion. Das LCD-TV-Werk der türkischen Koç-Gruppe in Istanbul trägt jetzt den Namen Grundig Elektronik. Damit unterstreicht Koç die große Bedeutung der Marke Grundig für die weitere Entwicklung der Unterhaltungselektronik innerhalb der gesamten Gruppe.



Von links: Aka Gündüz Özdemir, President Durable Consumer Goods Koç-Holding; Dr. Bülent Bulgurlu, CEO Koç-Holding; Mustafa V. Koç, Chairman Koç-Holding; Oguzhan Öztürk, Managing Director Grundig Elektronik A.S.; Dr. Michael Peterseim, CEO Grundig

Im Istanbul Grundig Werk arbeiten an zehn Produktionslinien über 300 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Werk und Produktion sind nach ISO-Normen zertifiziert. Die Umbenennung des Werkes zeigt die

starke Ausrichtung der Koç-Gruppe auf den europäischen Markt.

„Grundig ist ohne Zweifel die bedeutendste Marke im Elektronik-Bereich von Koç und zumindest in Europa sicherlich eine der bekanntesten in der gesamten Gruppe“, erläutert Grundig Geschäftsführer Dr. Michael Peterseim. „Für uns hat mit der Integration in die Koç-Gruppe eine neue Reise begonnen, die unter ausgesprochen positiven Vorzeichen steht. Eines dieser Vorzeichen ist die Umbenennung der TV-Fabrik in Grundig Elektronik.“ Die TV-Fabrik arbeitet vollständig nach den von Grundig entwickelten Qualitätskriterien. Zu den Besonderheiten dieses Qualitätskonzeptes gehören



Im Istanbul Grundig-Werk arbeiten an zehn Produktionslinien über 300 Mitarbeiter nach von Grundig entwickelten Qualitätskriterien.

zahlreiche Kontroll- und Messstationen, die weit über die gängigen Normen und Standards hinausgehen.

Hoher Qualitätsanspruch

„Das strenge Qualitätsmanagement in Istanbul und das Know-how unserer Entwicklungsmannschaften in Nürnberg und Istanbul machen es uns möglich, LCD-TVs auf höchstem Qualitätsniveau zu produzieren“, ergänzt Dr. Michael

Peterseim. „Die Produktion in Istanbul ist zuverlässig, das zeigen alle relevanten Kennzahlen und die niedrige Zahl der Garantiefälle. Und wie gut die Qualität der LCD-TVs insgesamt ist, sieht man an den zahlreichen guten Testergebnissen, die unsere Geräte in den vergangenen Monaten eingefahren haben.“

Die Integration in die Koç-Gruppe bringt für Grundig Vorteile, die über die eigene Fertigung hinausgehen. So kann das Nürnberger Unternehmen bei der Entwick-

lungsarbeit auf das Know-how der Kollegen in Istanbul zurückgreifen. Kurze Entscheidungswege ermöglichen schnelles Handeln und verkürzen die Zeit von der Produktentwicklung zur Markteinführung. Und nicht zuletzt verfügt Koç über ausgezeichnete Vertriebskanäle in Ländern, in denen die Nürnberger bislang nicht oder nur schwach vertreten waren. Das, so Dr. Peterseim, mache es möglich, „aus Grundig eine weltweite Marke zu machen.“

www.grundig.de

DAS TRIPLE
Jetzt nur bei Premiere!



**1 Monat alles testen,
danach Wunschabo wählen!***

**Alle Spiele,
alles live.**

Bundesliga, UEFA Champions League und DFB-Pokal.

Vermarkten Sie das Premiere Wunschabo und Ihre Kunden können sofort mitfiebern.
Jetzt im Handel abschließen und noch am gleichen Tag sehen!

PREMIERE

* Angebot gilt bei Abschluss eines 4er-Pakets und - bei Sat-Empfang - plus Premiere Star im 24-Monats-Abo. Ab dem 2. Monat läuft das Abo zu € 44,99 mtl. bzw. bei Sat-Empfang zu € 54,99 mtl. weiter, wenn nicht innerhalb des 1. Monats gegenüber Premiere erklärt wird, dass das Abo mit mind. einem Premiere Paket oder Premiere Star zu € 19,99 mtl. fortgeführt werden soll. Zzgl. einmalig € 39,99 Aktivierungsgebühr. Vertragspartner für Premiere Star ist die Premiere Star GmbH.

Philips: Die Zukunft liegt im LCD-Geschäft

Die neue Art der Unterhaltung

Seit der Vorstellung des ersten serienreifen Plasma-Displays 1997 haben sich TV-Displays verändert. Wer heute erfolgreich sein will, muss neben zukunftssicheren Technologien auch den Ansprüchen der Verbraucher nach attraktivem Design entsprechen. Ein Metier, in dem Philips seit Jahren zu Hause ist.

Die junge Geschichte der Plasma- und LC-Displays hat das Fernsehgeschäft verändert. Beinahe vierzig Jahre lang beherrschte die Bildröhre den TV-Markt. Heute hat das Plasma- oder LC-Display die Röhre weitgehend verdrängt.

Auch Philips hat sich endgültig von der Röhre verabschiedet und komplett auf die Display-technologie konzentriert. „Wir sind nach wie vor Marktführer im CE-Bereich“, so Henrik Köhler, Leiter der Sparte Philips Consumer Lifestyle. „Haupt-schwerpunkt und Umsatzträger ist das TV-Geschäft.“ Und in diesem konzentrieren sich die Hamburger in Zukunft ganz auf die LCD-Technologie. „Nachdem



wir uns von der Röhre gelöst haben, steigen wir nun auch aus dem Plasma-Geschäft aus“, erklärt Köhler. „Aus unserer Sicht liegt die Zukunft klar bei LC-Displays. Aus diesem Grund haben wir jetzt auch das letzte Plasma-Display aus dem Programm genommen.“ Die Marktentwicklung gibt Köhler Recht.

Wettbewerbsfähig agieren

Im ersten Quartal 2008 hat sich der Umsatz mit Flat-TVs im Vergleich zum Vorjahr um über 30 Prozent gesteigert. Im Mai lag das Umsatzwachstum bei TV-Geräten sogar bei fast 40 Prozent, wobei sich hier die Fußball-Europameisterschaft positiv ausgewirkt hat. „Klarer Markttreiber in diesem Jahr“, führt Henrik Köhler aus, „sind Displays ab einer Größe von 37 Zoll.“ Damit setzt sich der Trend hin zu größeren Displays

weiter fort. „Natürlich verkaufen sich 32“ und 37“ Bildschirmgrößen ausgezeichnet. Und nicht jeder hat die Möglichkeit, einen 42“ oder 47“ Flat-TV aufzustellen“, ergänzt Köhler. Dennoch sind gerade die großen Größen hochinteressant. Heute gibt es einen 42“ Flat-TV für rund 1.500 Euro. Hinzu kommt, dass die Bildqualität eines LCDs in dieser Größe heute eine ganz andere ist als noch vor einigen Jahren. Hier hat eine Evolution stattgefunden. Wir bieten für jeden Anspruch das passende Produkt, vom guten Bild und Ton über anspruchsvolle Designgeräte bis hin zu unserer Ambilight Range.“ Während in den letzten beiden Jahren 32-Zoll-Geräte mit der klassischen Bilddiagonalen von 82 Zentimetern das Hauptgeschäft im Handel ausmachten, entdecken die Konsumenten jetzt zunehmend die Faszination Großbild für sich. „Ein gutes Beispiel hierfür ist auch das 52-Zoll-Segment mit einer Bilddiagonale von 1,32 Metern“, so Köhler. Im Vergleich zum Vorjahr gibt es in Deutschland laut CEMIX (Consumer Electronics Marktindex) ein Marktwachstum von über 500 Prozent, auch wenn dieser Bereich im Vergleich zum 37-Zoll-Segment immer noch recht klein ist. Derzeit entfallen 60 Prozent des Umsatzes auf die XXL-Geräte 37-Zoll und größer.

Design-Kollektion setzt Maßstäbe

Einen großen Anteil hieran hat das attraktive Erscheinungsbild der neuen Design-Kollektion. Die Flat-TVs sind nicht nur flacher geworden und mit schmalen Rahmen versehen, sondern werden mehr und mehr zu Designobjekten, die sich harmonisch

Nur wer es schafft, sich aus der Masse der Anbieter hervorzuheben, hat eine Chance auf den Einzug in die Wohnzimmer der Verbraucher. Mit Ambilight hat Philips seinen Flat-TVs einen unverwechselbaren Charme gegeben und gleichzeitig eine neue Art des Entertainments geschaffen.

in bestehende Wohnlandschaften einfügen können. Philips unterhält eine eigene Design-Abteilung mit Hauptsitz in Eindhoven/Niederlande. „In 12 Designstudios arbeiten 500 Mitarbeiter aus mehr als 30 Ländern daran, Philips-Geräte auffallend, schön und unverwechselbar zu gestalten“, weiß Henrik Köhler.

Ambilight ist der Schlüssel zum Erfolg

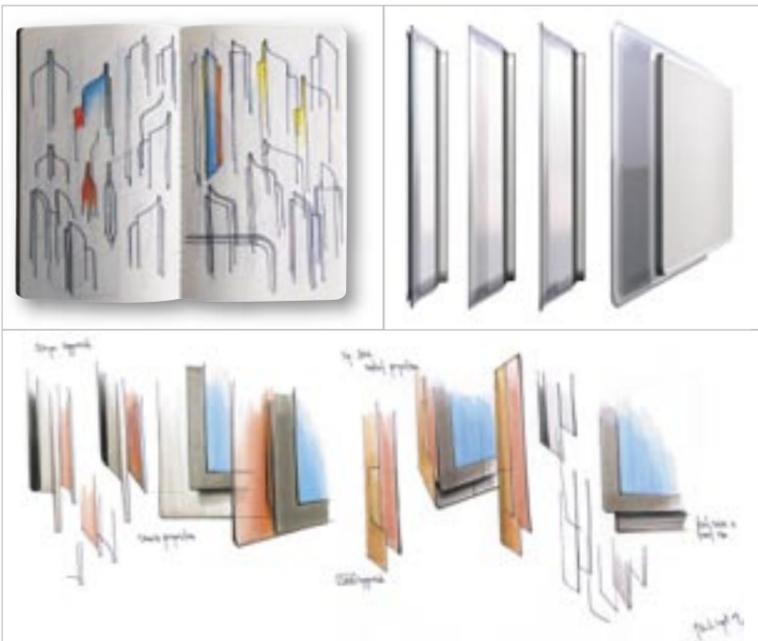
Mit der Einführung von Ambilight haben die Geräte ihren einzigartigen Charme erhalten. Das Zusammenspiel aus Materialien, Licht und Farben gibt den Displays eine unverwechselbare Aura. „Design und Qualität spielen heute eine entscheidende Rolle, will man am Markt wettbewerbsfähig agieren“, so Köhler. „Wir beherrschen die Schlüsselkomponenten der Hintergrundbeleuchtung und haben unter anderem in diesem Bereich unser Engagement verstärkt.“ Die neuen Philips Flat-TVs der

Serien 9700 und 9600 sind das Ergebnis dieser Arbeit. Mit den neuen TV-Displays wollen die Niederländer ihre Marktposition weiter festigen. „Philips partizipiert überproportional am Marktwachstum“, so Henrik Köhler. „Seit September letzten Jahres stehen wir im Flat-Panel-Bereich wertmäßig kontinuierlich an der Spitze, und im LCD-Segment hält Philips bereits seit über einem Jahr nach Wert die Spitzenposition. Jetzt konnten wir wertmäßig unsere Nummer-1-Position sogar noch weiter ausbauen.“ Der Verbraucher trennt sich nicht nur von der Röhre, wenn der alte Fernseher defekt ist. Eine große Rolle für den Generationswandel spielen die attraktiven Features, Design sowie die sinkenden Preise für Flat-TVs. Entsprechend dürfte sich der Display-Verkauf auch weiterhin gestalten. Auch Henrik Köhler ist sich sicher: „Für das Gesamtjahr 2008 wird sich der Markt weiter positiv entwickeln.“

www.philips.de



Henrik Köhler: „Mit der 9700 und 9600 Flat TV-Linie setzen wir Maßstäbe im Markt der Großbild-HDTVs.“



In zwölf Designstudios arbeiten 500 Mitarbeiter aus mehr als 30 Ländern daran, Philips Geräte auffallend, schön und unverwechselbar zu gestalten. Design spielt für den Konsumenten eine immer wesentlichere Rolle beim Kauf von Unterhaltungselektronik-Produkten.



Die Philips Design Kollektion ist eine neue Familie von Produkten, die mit ihrem Aussehen, ihrer Ausstattung und ihrer Interaktivität überraschen und dem Anwender Spaß an der Technik vermitteln. Die durchgängige und ikonische Gestaltung sorgt für einen hohen Wiedererkennungswert der Geräte.

Toshiba: Zukunftsweisende Technologie für LC-Displays

Beinahe so gut wie HD

HD-ready- und Full-HD-Flachbildfernseher erfreuen sich seit Jahren wachsender Beliebtheit. So waren laut GfK im Mai bereits 25 Prozent aller in Deutschland verkauften LCD-TVs mit einem Full-HD-Panel ausgestattet. Toshiba bringt jetzt mit Resolution+ eine Technologie auf den Markt, die herkömmliche Signale so bearbeitet, dass sie annähernd HD-Qualität haben.

Trotz der besseren Bildqualität agieren bislang in Deutschland lediglich Premiere und seit jüngster Zeit auch Arte und Anixe mit ihren HD-Programmen als Vorreiter. Der Durchbruch für HD ist erst im Jahr 2010 zu erwarten, wenn die Öffentlich-Rechtlichen Sender (ARD und ZDF) den HD-Regelbetrieb im Zuge der Olympischen Winterspiele starten. Stellt Full-HD auch die Zukunft des TVs dar, zeigt die aktuelle Marktsituation,

dass sich HD-TV nicht so schnell durchsetzen kann wie erwartet.

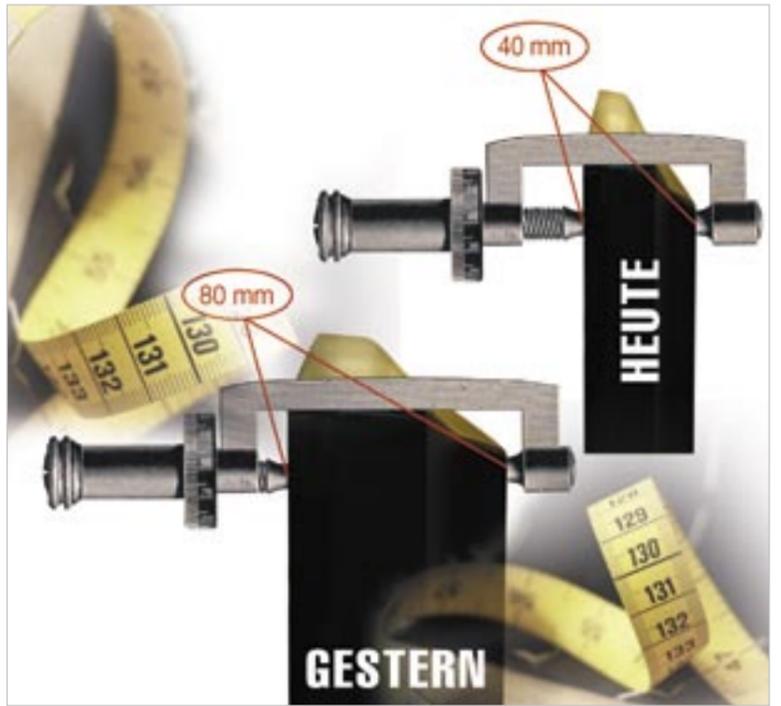
HD noch wenig verbreitet

So besitzen derzeit lediglich etwa zwei Prozent der deutschen Haushalte HD-Quellen wie HD-Settop-Boxen, HD-Player, HD-Camcorder, HD-PCs oder HD-Spielekonsolen. Zudem werden noch mehr als 99 Prozent der aktuellen TV-Programme in Standard (SD)-Qualität ausgestrahlt, und der größte Teil an Filmen liegt auf SD-Datenträgern wie VHS-Kassetten oder DVD vor. Um auch diesem

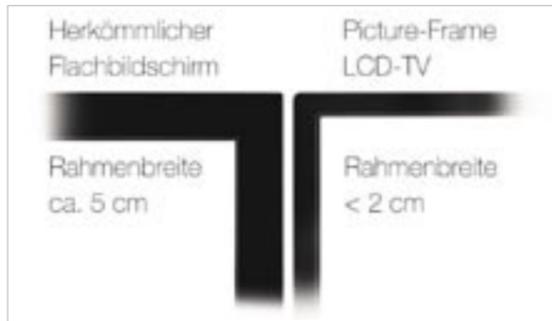
Anwenderkreis das neue Fernseherlebnis zu ermöglichen, hat Toshiba die „Resolution+“-Technologie entwickelt. Diese bearbeitet das herkömmliche SD-Bild in drei Schritten so, dass es der HD-Qualität nahe kommt.

Mit Resolution+ zum HD-Bild

Im ersten Schritt werden die Bildinhalte analysiert und in verschiedene Bereiche unterteilt. Diese basieren auf den drei Kategorien „viele Details“, „scharfe Kanten“ und „dunkle beziehungsweise wenig Details“. In einem zweiten Schritt werden diese Bereiche entsprechend bearbeitet. Bei „vielen Details“ werden die Feinheiten mit Hilfe eines aufwendigen Rechenalgorithmus herausgearbeitet. „Scharfe Kanten“ erfahren eine Glättung. In dunklen Bereichen sowie solchen, die wenige Details vorweisen, erfolgt hingegen keine Veränderung am Bild, um unnötiges Rauschen und Überschwinger zu vermeiden. Zuletzt werden Artefakte korri-



Hat Toshiba im letzten Jahr bereits mit „Picture Frame LCD“ die Rahmenbreite der Displays drastisch verringert, reduzieren die Japaner dieses Jahr mit „Picture Frame“ auch noch die Gerätetiefe von bislang 8 Zentimetern um 50 Prozent auf nur noch vier Zentimeter.



giert, die während des Rechenprozesses entstanden sind. Auf diese Weise lassen sich SD-Bilder so aufwerten, dass sie nahe an HD-Bilder heranreichen. Das Potential in puncto Bildschärfe wird so auch bei PAL-Bildern gut ausgeschöpft.

Schmale Gehäuse

Ebenso wichtig wie das Bild ist für Toshiba das Design der Geräte. Durch das Design-Konzept „Picture Frame“ beanspruchen die

LCD-TVs trotz immer größer werdender Bild diagonalen immer weniger Platz. Möglich wurde dies durch die Reduzierung der Rahmenbreite auf nur noch etwa zwei Zentimeter. In diesem Jahr setzt Toshiba seinen Trend zu schmaler werdenden Displays auch in der Tiefe fort und bringt in der zweiten Jahreshälfte LCD-TVs mit einer um fünf Zentimeter reduzierten Bautiefe gegenüber den aktuellen Geräten auf den Markt.

www.toshiba.de

www.photokina.de



Im Fokus

Ihr Business

Zeit sparen
mit 25% Preisvorteil!
Registrieren und Karten kaufen
unter www.photokina.de

Die Zukunft sehen und erleben!

Alle Innovationen, alle Trends, alle Lösungen.

Alle weltweiten Anbieter. Bedeutendste Informations- und Orderplattform des internationalen Handels.

Mekka für alle Anwender im Imaging-Workflow.

Das ist photokina – wirklich ALLES zum Thema Bild und ALLES für Ihr Geschäft!

Köln, 23.–28. September

photokina 2008

world of imaging

Koelnmesse GmbH
Messeplatz 1, 50679 Köln
Tel. 0180 5 103 101*
Fax 0221 821 99-1270

*14 Cent je angefangene Min. aus dem dt. Festnetz, ggf. abweichender Mobilfunktarif

koelnmesse
we energize your business

UE



Loewe verkauft den 6.000. Sound Projektor

Satter Cinema Sound für zu Hause ist auch ohne Zugeständnisse an das Wohnumfeld möglich. Der Loewe Individual Sound Projector erzeugt echten Raumklang mit nur einer ein-



zigen Komponente. Damit bietet er eine echte Alternative zum klassischen 5.1-Surroundsystem. Das System analysiert eigenständig die Raumakustik, richtet die Klangstrahlen teils direkt auf den Hörer, teils per Reflexion über die Wände aus und erzeugt so ein optimales räumliches Hörerlebnis. Das Konzept kommt beim Kunden an, und in der Loewe Galerie von Frank Heinze in Chemnitz wurde jetzt der 6.000 Individual Sound Projector verkauft.

www.loewe.de

Internetradios von Olympia bei DGH

Die neuen „Olympia Web. Radio 100“, „Olympia Web. Radio 200“ und „Olympia Web. Radio 300“ bringen webbasiertes Radio an jeden Ort, unabhängig von einem PC, der über WLAN/LAN eine Verbindung zum Internet herstellt. Ist das Gerät mit dem Internet verbunden, lassen sich die zahlreichen Sender nach Programminhalten, Sprache und Musikrichtung sortieren und aufrufen. Insgesamt stehen derzeit rund 10.000 Sender im Internet zur Verfügung. Wer dennoch nicht fündig wird, kann seine auf dem Computer gespeicherten Musikdateien ebenfalls auf dem Internetradio empfangen und abspielen.

www.dgh.de

Premium-HiFi-System CX1 von Denon

Denon startet Ende Juli den Verkauf des neuen exklusiven HiFi-Systems CX1. Die Haupteinheit (RCD-CX1) kombiniert einen CD/SACD-Player, einen



Verstärker und einen Radio-Tuner in einem einzigen schlanken Gerät. Das System gibt CDs, SACDs sowie MP3- und WMA-Stücke von CD-Rs/RWs wieder. Der vibrationshemmende Advanced S.V.H. Mechanismus (Suppress Vibration Hybrid) sorgt dafür, dass die eingelegten Discs mit höchster Präzision abgetastet werden. Für

eine weitere Klangoptimierung sorgt neben der Pure Direct-Funktion auch das Denon-exklusive AL24-Prozessing. Ein diskreter MM/MC Phono-Vorverstärker für den Anschluss eines Plattenspielers komplettiert die Ausstattung. Mit dem separat erhältlichen Lautsprecherpaar SC-CX101 wird die Anlage zum Komplettsystem.

www.denon.de

5.1-Mehrkanal-Receiver von Pioneer

Mit dem neuen 5.1-Receiver VSX-918V präsentiert Pioneer eine hochwertige Schaltzentrale für Full-HD Heimkinoanlagen. Neben der 1.080p Videosignalverarbeitung über zwei HDMI-Eingänge bietet der neue Direct Energy Receiver eine Ausgangsleistung von 5 x 110 Watt für voluminösen Klang. Über das On-Screen-Display können Musik- und Videotitel von USB-Speichermedien und iPod abgerufen werden. Zur optimalen akustischen Raumeinmessung verfügt der neue Mehrkanal-Receiver über das MCACC-System (Multi-Channel Acoustic Calibration), das den Verstärker automatisch auf die individuelle Raumgröße und die Platzierung der Lautsprecher einstellt. Der VSX-918V ist das Zentrum einer anspruchsvollen Heimkino- und Audio-Anlage. Der HDMI Switch mit



zwei Eingängen und einem Ausgang sorgt für beste Video-Wiedergabe in Full-HD (1.080p ready). An einen Front-USB-Eingang lassen sich MP3-Player oder Festplatten anschließen. Mobile Media-Player von Apple können direkt per iPod-Digitaleingang vernetzt werden.

Der AV-Mehrkanal-Receiver VSX-918V ist ab sofort in den Farben Schwarz und Silber für 469,- Euro im Fachhandel erhältlich.

www.pioneer.de

Full HD-Heimprojektor von Sony

Der 1.080p Full HD-Projektor VPL-VW40 mit SXRD (Silicon X-tal Reflective Display)-Panels liefert in Kombination mit einem Kontrastverhältnis von 15.000:1 scharfe Bilder. Dank der SXRD-Technologie wird die Projektion in Bilddiagonalen bis 7,6 m mit einer Gesamtauflösung von 6,3 Mio. Pixeln dargestellt. Um das System optimal an die jeweiligen Raumgegebenheiten anzupassen, stehen vier voreingestellte Bildmodi zur Verfügung sowie eine manuelle Wahlmöglichkeit. Im Betrieb erzeugt der VPL-VW40 einen maximalen Geräuschpegel von nur 22 dB Lüftergeräusch und ist damit für den Ein-



satz im Heimkinobereich bestens gerüstet. Der Projektor ist mit zwei 1.080/24p kompatiblen HDMI-Anschlüssen ausgestattet. Der Sony VPL-VW40 ist ab sofort mit drei Jahren Prime-Support zu 2.770,- Euro erhältlich. Eine Ersatzlampe für das Gerät kostet 333,- Euro.

www.sony.de

Foto-Radiowecker von Sagem

Die kompakte Größe (B 140 x T 36 x H 80 mm) sowie das geringe Gewicht von nur 185 Gramm des Foto-Radioweckers AgfaPhoto AC8130D machen das Gerät zum idealen Reisebegleiter. Eine Reisetasche, Batterien und ein USB-Kabel gehören



zur Standardausstattung. Die Anzeige präsentiert Uhrzeit, Datum und Temperatur parallel zu Fotos oder Videos auf dem 3 Zoll großen Display und Radio oder Musik-Dateien. Die Lichtsensor-Technik ermöglicht es dem Schlafenden, bereits vor den Wecktönen sanft zu erwachen. Neben der Radiofunktion bietet die Multimedia-Station die Wahl zwischen Musik- und Videos (MP3, MJPEG) wie auch vorinstallierten Klingeltönen. Digitale Daten können mit Hilfe der USB 2.0-Schnittstelle oder des Kartenlesers (SD/MMC) eingelesen werden. Der interne Speicher verfügt über eine Kapazität von 128 MByte und lässt sich vom PC verwalten.

www.sagem.de

Neue Photo Frames von Samsung

Die zwei neuen digitalen Bilderrahmen SPF-75H und SPF-85H setzen die schönsten Fotos richtig in Szene. Der integrierte, 1.024 Megabyte große Speicher bietet Platz für rund 3.000 Fotos. Die Wahl des passenden Bilderrahmens hängt hauptsächlich



von der Anwendung ab. Der 7-Zoll-Widescreen SPF-75H bietet mit seinem Seitenverhältnis von 15:9 eine sichtbare Bilddiagonale von 17,8 cm; damit ist er insbesondere für Land-

schaftsaufnahmen und breitere Bild-darstellungen geeignet. Hingegen ist das 8-Zoll-Display SPF-85H mit einer Bild-diagonale von 20,3 cm und einem Seitenverhältnis von 4:3 ideal für Bilder geeignet, die mit digitalen Kompaktkameras im Standardformat aufgenommen wurden. Die Auflösung von 134 dpi sorgt in Verbindung mit einem Kontrast von 300:1 und einem Helligkeitswert von 200 cd/m für eine lebendige Bildwiedergabe. Beide Bilderrahmen verfügen über eine USB-Mini-Monitor-Funktion. Damit können die kleinen Displays als Zusatzmonitor für jeden PC und jedes Notebook eingesetzt werden.

www.samsung.de

Motorisierte Vision-Mount-Serie von Sanus

Mit der Verbreitung der Flat-TVs steigt auch die Nachfrage nach mehr Bedienkomfort und einer optimalen Einstellung der Bildschirme. Positioniert man die flachen Designstücke auf einem Schrank, verliert die zeitgemäße schlanke Optik oft ihre Wirkung. Mit der Vision-



Mount-Serie bringt Sanus Wandhalterungen für Flachbildschirme, die sich komplett fernsteuern lassen. Hierzu gehören neigbare Halterungen für Flachbildfernseher mit einer Diagonale von 37 bis 60 Zoll oder die seitlich sowie in der Achse um 30 Grad bewegbaren Halterungen für 26- und 46-Zoll-Flat-TVs. Dank einer ausgefeilten Technik werden die Bildschirme aus jeder Lage per Knopfdruck sicher und millimetergenau in die gewünschte Blickrichtung gedreht. Die Steuerung erfolgt einfach und bequem über eine Infrarot-Fernbedienung, mit der man auch weitere Geräte bedienen kann.

www.sanus.com

JVC: Camcorder-Aufnahme in AVCHD- und MPEG-2

Die beiden High Definition Everio-Camcorder GZ-HD40 und GZ-HD30 sind die weltweit ersten Camcorder, die wahlweise im AVCHD- und MPEG-2-Format aufzeichnen. Damit kann der Anwender alle Nachbearbeitungsmöglichkeiten des MPEG-2-Formats ausschöpfen und gleichzeitig von den Vorteilen der AVCHD-Komprimierung profitieren. Beide Camcorder nehmen in beiden Formaten Full HD auf (1.920 x 1.080) und sind mit einer 120-GByte-, beziehungsweise 80-GByte-Festplatte ausgestattet. Das dritte neue Modell, der GZ-HD10, arbeitet ausschließlich im AVCHD-Format mit 1.440 x 1.080 Pixeln und verfügt über eine 40-GB-Festplatte. Insgesamt bietet der GZ-HD40/30 drei AVCHD-Aufnahmemodi: alle in Full HD, also 1.920 x 1.080 Pixeln, wobei der Unterschied lediglich in der Bitrate und somit auch der Aufzeichnungskapazität besteht. So kann der GZ-HD40 im bestmöglichen Modus (XP, ~17 Mbps) bis zu 15 Stunden High-Definition-Video im AVCHD-Format aufzeichnen und im entsprechenden MPEG-2-Format rund 10 Stunden HD-Video (FHD-Modus). Reduziert man die Bitrate auf ~5 Mbps, mit der immer noch ausgezeichnete Full HD-Bilder (1.920 x 1.080) erzielt werden, bietet der neue Top-Camcorder im AVCHD-Modus 50 Stunden Aufnahmekapazität.



Zum Auslagern von Videos auf eine DVD bietet JVC die HD Everio Share Station CU-VD50 an, mit der sich Daten ohne einen Computer auf das Gerät via USB überspielen lassen. Der Anwender kann sein Material direkt via USB-Verbindung vom Camcorder auf die DVD überspielen, und zwar wahlweise alle Aufnahmen, nur ausgesuchte Szenen, noch nicht kopierte Sequenzen und darüber hinaus sortiert nach verschiedenen, vorher definierbaren Kriterien.

Trotz ihrer Ausstattung und Leistungsvielfalt gehören die drei neuen Everio HD-Camcorder zu den derzeit kompaktesten Geräten am Markt. Die unverbindlichen Preisempfehlungen für die ab Juli (HD40/HD30) beziehungsweise August 2008 (HD10) lieferbaren Everio HD-Camcorder GZ-HD40 / GZ-HD30 / GZ-HD10 betragen 1.299,- Euro, 999,- Euro und 799,- Euro.

www.jvc.de



SAT

smart DigiMeter: SAT-Messgerät und Mini-TV

Das digitale Messgerät dient der professionellen Ausrichtung von Satelliten-Antennen. Der integrierte Farb-Monitor erleichtert die Überprüfung der Bildqualität und lässt sich zusätzlich als mobiles Mini-TV nutzen. Die Empfangsstärke wird numerisch oder grafisch angezeigt. Die Bildqualität des Fernsehempfangs lässt sich mit Hilfe des TFT LCD-Displays direkt vor Ort überprüfen.

www.smart-electronic.de

Digitale Satellitenreceiver von WISI

Die Satellitenreceiver OR 50D und OR 52D gehören zur nächsten WISI-Receiverfamilie, sind wie alle Mitglieder mit neuester Chipstechnologie ausgestattet und bieten dem Nutzer zahlreiche interessante Features. Der OR 50D ist ein Digitalreceiver für den Empfang unverschlüsselter Satelliten-TV- und Radioprogramme. Der OR 52D bietet die gleichen Ausstattungsmerkmale und hat zusätzlich zwei CI-Slots für CA-Module zum Empfang unterschiedlich verschlüs-



selter TV- und Radioprogramme mit den entsprechenden Smartcards verschiedener Pay-TV-Anbieter. Mit dem OR 50D und OR 52D hat der Nutzer die Wahl zwischen den Signalformaten RGB, CVBS, Y/C und YUV. Über zwei Scart-Buchsen lassen sich ein TV-Gerät und ein Videorekorder anschließen. Beide Geräte haben zudem einen digitalen optischen S/PDIF Audio- sowie einen analogen Audio L/R-Ausgang. Die beiden Receiver sind vorprogrammiert, Astra Duo-tauglich und unterstützen Diseq 1.0, 1.1 und 1.2.

Darüber hinaus sind beide Geräte wie alle Mitglieder der neuen WISI-Receivergeneration Unicable-tauglich. In Verbindung mit einem Unicable-LNC können so mehrere Receiver der neuen Familie an einem Koaxialkabel betrieben werden. Dies ermöglicht eine einfache Verkabelung in Baumstruktur. Unicable eignet sich insbesondere für eine Nachrüstung bestehender Etagenwohnungen mit Satellitenfernsehen. Dabei lässt sich das in der Wohnung bereits vorhandene Koaxialkabel mit in Serie geschalteten Antennendosen weiter verwenden.

www.wisi.de

SkyStar USB 2 HD CI von TechniSat lieferbar

Mit der SkyStar USB 2 HD CI liefert TechniSat ab sofort eine USB-Box für den digitalen Satellitenempfang am PC aus, die neben normalem digitalen Satellitenfernsehen (DVB-S) auch HD-Fernsehen im neuen Übertragungsstandard DVB-S2 empfangen

und wiedergeben kann. Durch den integrierten Common Interface-Schacht ist die SkyStar USB 2 HD CI



zum Empfang von verschlüsseltem Fernsehen vorbereitet. Entschlüsselungsmodule für alle gängigen Crypt-Systeme können in den CI-Schacht eingeschoben werden. Zum Empfang von Pay-TV wird dann lediglich ein gültiges Abo inklusive Smartcard des jeweiligen Pay-TV Anbieters benötigt. Mit „Eve v2“ befindet sich zudem ein Videoschnittprogramm im Lieferumfang der USB-Box.

www.technisat.de

Neuer Satellit für Astra

Astra hat den europäischen Satellitenhersteller Astrium mit dem Bau eines neuen Satelliten, Astra 1N, beauftragt. Der Satellit ist für den Start im Jahr 2011 vorgesehen und wird auf Astras Hauptorbitalposition 19,2 Grad Ost stehen. Mit der Inbetriebnahme von Astra 1N wird SES Astra die 120 Frequenzen und Transponder auf 19,2 Grad Ost auf vier Satelliten (Astra 1KR, 1L, 1M, 1N) betreiben und Back-up-Kapazität innerhalb der Satellitenflotte anbieten.

www.astra.com

Digitale Antennen von One For All

One For All stellt mit der SV 9215 und SV 9322 zwei neue digitale Zimmerantennen vor. Die SV 9215 ist mit nur vier Millimetern sehr flach und passt somit hinter jedes Flat-TV. Durch die patentierte Technologie ist ein größtmöglicher Empfang digital-terrestrischer Fernseh- und Rundfunksignale gegeben. Das Signal wird zudem mit dem eingebauten Mikrocontroller bis zu 41 dB verstärkt, was gerade für den Empfang von hochauflösenden Inhalten wichtig ist. Dezent passt sich das SV 9322 mit dem außergewöhnlichen Design jedem Ambiente eines Zimmers an. Die Antenne kann sowohl waagrecht



als auch senkrecht positioniert werden. Die Breitband-Antenne ermöglicht den Empfang aller digitalen Kanäle.

Der eingebaute 20 dB-Verstärker sorgt dabei immer für den besten Signalempfang für DVB-T und DAB. Auch bei dem SV 9322 ist ein Empfang von High-Definition-Inhalten somit möglich.

www.oneforall.de

Hyundai Receiver für DVB-S/S2 und DVB-T

Der HDTV-Combo-Receiver Hyundai AH-3100 ist sowohl für DVB-S/S2- als auch für DVB-T-Empfang ausgelegt. In Kombination mit der HDMI-Schnittstelle der Set-Top-Box ist eine bestmögliche voll-digitale Übertragung des HDTV-Bildsignals garantiert. Dank integrierter Tuner bietet der Hyundai AH-3100 die freie Wahl

zwischen Satellitenempfang in klassischer und hochauflösender Qualität sowie flexiblem Empfang des Überallfernsehens via digitaler Antenne. Zusätzlich kann der Hyundai AH-3100



zu einem komfortablen PVR erweitert werden. Dazu muss lediglich über den USB 2.0 Port eine externe Festplatte angeschlossen werden.

www.setone.eu

Neue Software für TechnoTrend TV-Karten

Ab sofort liefert TechnoTrend seine TV-Karten und USB-Empfänger mit der neuen Software TT-Viewer aus. Mit TT-Viewer steht Anwendern eine einfache und intuitiv zu bedienende Lösung zum Anschauen und Aufzeichnen digitaler Rundfunkprogramme zur Verfügung.

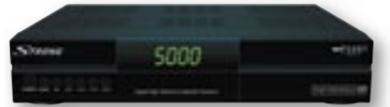
Das MediaCenter bleibt im Lieferumfang enthalten. „Mit ausgereifter Hardware und innovativen Funktionen wie PayTV- und HDTV-Empfang sowie Hybrid-Tunern ist TechnoTrend seit Jahren einer der Innovationsführer“, erklärt Bernd Schön, VP Marketing & Sales bei TechnoTrend. „Mit dem neuen TT-

Viewer stellen wir sicher, dass selbst neue Kunden sämtliche Funktionen unserer Produkte einfach und spielend nutzen können.“

www.technotrend.com

Strong DVB-S-Receiver für HD-TV

Mit dem SRT 7335 CI bringt Strong seinen ersten HD-Receiver mit 1.080i optischer Auflösung auf den Markt. Er verfügt über zwei CI-Schnittstellen und ist somit zu den populärsten Conditional Access Modulen wie CryptoWorks, Conax, Viaccess und anderen Verschlüsselungstechnologien kompatibel. Über seine USB 2.0-Schnittstellen ist er „PVR Ready“ und kann damit ab



dem nächsten Software Update zum Aufzeichnen von Sendungen und Filmen in echter HD-Qualität auf eine externe Festplatte genutzt werden. Die Verbindung zur HiFi-Anlage kann sowohl über einen optischen als auch über einen koaxialen Ausgang erfolgen.

Darüber hinaus ist der Receiver mit modernsten Features ausgestattet, die der anspruchsvolle Verbraucher von einem High-End System heutzutage erwartet: HDMI-Videoschnittstelle, USB 2.0-Schnittstelle, 5.000 Programmspeicherplätze, Display, umfassende Favoritenlisten, Teletext über Receiver, Software-Update über USB oder RS-232 sowie eine Kindersicherung mit Alterskontrolle.

www.strong.de

TV-Brillanz in HD

STRONG SRT 7335 CI

Neuer DVB-S Receiver für High Definition TV mit 2 CI-Slots und USB 2.0-Schnittstelle

Jetzt lieferbar!

Über USB 2.0: Aufzeichnungsmöglichkeit auf externe Festplatte – Datenüberspielung von und auf das Gerät

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

STRONG
DIGITAL TV

www.strong.tv

Premium-Shop-System 2008 von TechniSat

Das neue Premium-Shop-System bietet Fachhändlern die Möglichkeit, das Produktsortiment von TechniSat professionell in Szene zu setzen. Die hohe Wertigkeit des Shop-Systems spiegelt sich im modernen und ansprechenden Design wider. Zudem verwendet TechniSat erstklassige Materialien, wie zum Beispiel Einlegeböden aus Weißglas. Das Beleuchtungssystem und die Hot Spots setzen die Produkte ins rechte Licht. Darüber hinaus bietet das Rückwandsystem aus Paneelen Flexibilität bei der Anordnung der Produktgruppen. Die Funktionalität des neuen Shop-Systems wird durch mehrere Schubkästen unterstrichen. Das schafft Platz und bietet viel Stauraum. Einer professionellen Warenpräsentation steht mit dem TechniSat Premium-Shop-System nichts mehr im Weg. Das neue PoS-Shop-System umfasst zur Zeit vier Varianten in unterschiedlichen Größen und ist für TechniSat-Fachhändler über deren Gebietsleiter zu beziehen. Mit den neuen PoS-Shop-Systemen forciert das Unternehmen sein Markenprofil im Fachhandel und baut sein Fachhandelsmarketing aus. „Unsere durchdachten, funktionellen und ansprechend gestalteten Premium-Shop-Systeme sind eine wertvolle Verkaufsunterstützung für unseren Fachhandel“, führt Jens Kanzler, Projektleiter bei

TechniSat Digital GmbH, aus. „Unser Ziel ist es, neben der Stärkung unserer Präsenz am PoS den Premiumcharakter der Marke TechniSat auszubauen.“



„Ein Premium PoS-System bedarf selbstverständlich auch der kontinuierlichen Pflege und Betreuung“, so Kanzler weiter. „Aus diesem Grund wird jeder Händler, der sich für ein PoS-Shop-System von TechniSat entscheidet, intensiv durch unseren Außendienst betreut. Dadurch stehen wir im ständigen Austausch mit unseren Kunden und können schnell auf Wünsche und Anregungen reagieren.“

www.fachhandel.technisat.de

Funai: Kritische Analyse als Basis erfolgreicher Produkte

Den Kunden im Blick

Beinahe monatlich kommen technische Neuerungen im Bereich der LC-Displays auf den Markt. Nicht jeden dieser Trends sofort mitzugehen, ist die Devise von Funai. Die Japaner konzentrieren sich darauf, Produkte auf den Markt zu bringen, die ihre Handelspartner auch vermarkten können.

Gerade im Bereich der Unterhaltungselektronik schreitet die Präsentation von Neuheiten und die Weiterentwicklung von Produkten immer schneller voran. Kaum ist ein Produkt auf dem Markt, ist auch schon sein Nachfolger angekündigt. Was im Bereich der PCs und Spielkonsolen mittlerweile längst Standard ist, zeichnet sich zunehmend auch auf dem TV-Markt ab.

Kürzere Lebenszyklen

„Die Produkte gleichen sich in ihrem Lebens- und Gebrauchszyklus immer mehr denen des Computermarkts an“, beschreibt Frank B.



Frank B. McDowell: „Wir folgen nicht jedem Trend. Viel wichtiger ist es, ob eine Neuerung bei den Kunden auf Zustimmung trifft und deren Ansprüche erfüllt.“

McDowell, General Manager – Business Unit Germany, die Situation. „Auch große Anschaffungen wie etwa LCD-Fernseher sind nicht mehr auf einen längeren Zeitraum ausgelegt. Wie sonst sollte man erklären, dass das teure Gerät kurze Zeit nach dem Kauf bereits einen beträchtlichen Teil seines Werts verloren hat?“

Diesem pragmatischen Ansatz zum Trotz unterliegt Funai nicht der Versuchung, auf jeden neuen Trend aufzuspringen. „Viel wichtiger ist es, ob die Neuerung bei den Kunden auf Zustimmung trifft“, betont McDowell. Ein Produkt oder ein neuer Standard kann sich



erst dann durchsetzen, wenn die Ansprüche und Bedürfnisse der Kunden erfüllt werden.

Kunde steht im Vordergrund

Die Entwicklung der letzten Jahre sowie der Kundenzuspruch geben Funai mit dieser Strategie Recht. „Zuletzt haben wir das am Beispiel der weißen 19-Zoll-LCDs erlebt“, erklärt McDowell. Der kleine LCD-Fernseher genügt nicht nur technischen Ansprüchen, sondern

Mit seinen 19-Zoll-Displays ist Funai auf dem richtigen Weg und hat die Wünsche seiner Kunden umgesetzt. Der kleine LCD-Fernseher genügt nicht nur technischen Ansprüchen, sondern punktet außerdem durch sein ansprechendes Design. Auch in Zukunft setzt Funai diesen Weg fort.

punktet außerdem durch ansprechendes Design. Auch in Zukunft setzt das japanische Unternehmen diesen Weg fort.

Blu-ray auf der IFA

So wird Funai auf der IFA 2008 in Berlin unter anderem einen Blu-ray Player für weniger als 300 Euro präsentieren. „Die IFA ist für uns eine wichtige Möglichkeit,

unsere Produkte und Neuheiten einem großen und interessierten Publikum vorzustellen“, zeigt sich McDowell von der Messe überzeugt.

Funai wird auf der diesjährigen IFA seine Neuheiten der Öffentlichkeit auf einer Fläche von 400 Quadratmetern in Halle 3.2 (Stand 123) präsentieren. www.funai.de



Die Gestaltung der White Hall für den red dot design award „design team of the year 2008“ ist eine Hommage an 12 Jahre Grundlagenforschung, die unser Hörerlebnis zu Hause nachhaltig verändert hat, sowie an das Bose Design als Ausdruck der Technologie. Die Linien der Abstrahlungsdiagramme finden sich in der White Hall wieder.

Streben nach Perfektion

Bose: red dot-design team of the year

Die 1964 von Dr. Amar G. Bose gegründete Bose Corporation machte sich 1968 mit der Einführung des 901 Direct/reflecting Speaker Systems einen Namen. Neue Akustik-Konzepte, verbunden mit einem neuartigen Design, setzten Maßstäbe für Lautsprecher. Jetzt ist das Bose Design-Center zum Designteam des Jahres gewählt worden.

Mit dem red dot award: product design 2008 zum Designteam des Jahres geht die höchste Ehrenausszeichnung der Designwelt in diesem Jahr an die Designabteilung von Bose unter der Leitung von Michael Laude. Bose setzt bei seinen Produkten auf eine Designsprache, die es ermöglicht, dass sich die HiFi-Geräte problemlos und unauffällig in unsere Lebenswelt integrieren lassen.

Von der Vision zum fertigen Produkt

Wie Bose das Design seiner Lautsprecher und Musiksyste me gestaltet, ergibt sich folgerichtig aus der Vision von Dr. Bose. Sein Designkonzept geht von der Überzeugung aus, dass Audio-Pro-

dukte dazu dienen sollen, allen Hörern zu jeder Zeit und an jedem Ort eine originalgetreue Klangwiedergabe zu liefern. Und dies soll ohne viel Equipment erfolgen. Dabei soll das Design die Gesamtwirkung eines Produktes nicht überdecken, sondern verstärken. Von diesen Wertvorstellungen lässt sich Bose leiten, um Produkte zu schaffen, die Technik und Design zu einem Ganzen verschmelzen.

Mit dem Titel „red dot: design team of the year“ würdigt der red dot design award seit 1988 jährlich ein Designteam, das sich durch eine kontinuierlich innovative Gestaltungsarbeit auszeichnet und dadurch Maßstäbe setzt. Designteam des Jahres wurden in der Vergangenheit unter anderem

bereits die Teams von BMW, LG Electronics, adidas, Pininfarina, Nokia, Apple, Siemens oder frogdesign. In diesem Jahr ist der Titel



Jürgen Imandt (l.), Manager PR, Advertising und Communications Bose Deutschland, und Michael Laude (r.), Leiter des Bose Design Centers, mit dem Design-Preis, dem Wanderpokal „Radius“, der jährlich an das Designteam des Jahres verliehen wird.

an Michael Laude und das Bose Corporate Design Center gegangen. „Am Ende des Entwicklungs- und Designprozesses stehen bei Bose Produkte, denen neueste Technologien zugrundeliegen, die diese aber nicht zum Selbstzweck erheben“, begründet Professor Dr. Peter Zec, Initiator des red dot design awards und Senator des internationalen Dachverbandes der Industriedesigner, Icsid, die Wahl zum Designteam des Jahres.

„Die Lautsprecher, Kopfhörer oder Musikanlagen aus dem Hause Bose sind geradezu auffallend unauffällig. Es sind reife Produkte, die ohne Effekthascherei auskommen, klassisch-elegante Produkte, bei denen die Form der Technik folgt, damit sie in höchstem Maße

funktional und brauchbar sind. Produkte wie stumme Diener, die sich beinahe unsichtbar im Hintergrund halten und dem Benutzer Platz für andere Dinge lassen.“

White Hall by Bose

Unter dem Titel „Bose Design. The Expression of Technology“ präsentierte sich das Designteam des Jahres mit einer eigenen Ausstellung vom 24. Juni bis zum 27. Juli 2008 in der White Hall im red dot design museum auf dem Gelände des Weltkulturerbes Zeche Zollverein. Parallel dazu wurden alle preisgekrönten Produkte des Wettbewerbs in der Sonderausstellung „Design on stage – winners red dot award: product design 2008“ gezeigt.

www.bose.de



Panasonic plant die Serienproduktion von 37-Zoll OLED-TV's

Laut einem Bericht der japanischen Zeitung „Sankei Shimbun“ plant Panasonic, innerhalb der kommenden drei Jahre mit der Serienproduktion eines 37 Zoll großen, auf OLED Display-Technologie basierenden Flach-TV-Geräts zu beginnen. Falls sich das Vorhaben realisieren lässt, hätte der japanische Elektronikkonzern eine gute Chance, seine Mitbewerber bei dem Wettlauf um den ersten großformatigen, in Serie produzierten OLED-TV zu übertrumpfen. Wie die „Sankei Shimbun“ schreibt, hat sich Panasonic für den superdünnen OLED-Fernseher mit 94 cm Bildhöhe einen Verkaufspreis von 1.400 US-Dollar zum Ziel gesetzt. Zum Vergleich: Der von Sony im vergangenen Jahr in Japan und Nordamerika auf den Markt gebrachte 11 Zoll große OLED-TV Xel-1 wird derzeit von Amazon zum Verkaufspreis von 2.499,- US-Dollar angeboten. Auch Samsung arbeitet mit Hochdruck an der Entwicklung mehrerer OLED-TV-Modelle und hofft, laut Mitteilungen aus Firmenkreisen, im Jahr 2009 erste Exemplare auf den Markt zu bringen. Nachdem bereits mehrere Hersteller Fertigungslinien für kleinere OLED-Displays in großen Stückzahlen produzieren, rechnen Marktbeobachter mit einem schnellen Vordringen der neuen Display-Technologie in Mobiltelefonen, portablen Spielekonsolen, MP3- und Video-Playern. Bevor sich OLED-Display-Technologie in größerem Umfang zur Produktion von Flach-TV-Geräten einsetzen lässt, haben die Hersteller noch einige Probleme zu lösen: Die grünen und roten LEDs erreichen aktuell eine Lebensdauer von 10.000 bis zu 40.000 Stunden, die blauen LEDs jedoch nur 3.000 bis 5.000 Stunden. Außerdem verursachen OLED-TV's im Vergleich zu LCD-TV's extrem hohe Produktionskosten und verbrauchen deutlich mehr Energie.

www.panasonic.de

Bekommt OLED Konkurrenz durch Field Emission Displays?

Die noch in der Entwicklungsphase befindliche OLED-Display-Technologie wird von maßgeblichen Herstellern als die zukünftige Display-Technologie betrachtet, könnte aber durch eine erneute Attacke der rivalisierenden Field Emission Displays (FED) in naher Zukunft Konkurrenz bekommen. Nachdem Canon und Toshiba ihre SED-Aktivitäten scheinbar zu den Akten gelegt haben, gerät FED jetzt wieder in den Fokus der Berichterstattung, weil das unter starker Beteiligung von Sony gegründete japanische Unternehmen „Field Emission Technologies“ (FET) die Absicht bekanntgegeben hat, im kommenden Jahr die Plasma-Display-Produktionsanlagen von Pioneer zu erwerben. In einem Interview gegenüber dem News-Portal Current.com.au erklärte ein FET-Firmensprecher: „Wir werden die Plasma-Display-Fabrik von Pioneer erwerben. Zum aktuellen Zeitpunkt befinden wir uns noch in Verhandlungen über die Verkaufsbedingungen und die Art der Bezahlung des Kaufpreises.“ Es sei noch keine Entscheidung

darüber gefallen, ob die Bezahlung in Cash oder in anderer Form, wie z. B. durch Beteiligungen, erfolgen wird. Bei der Field Emission Technology werden aus Kohlenstoff bestehende Nano-Tubes als Kathoden zur Emission von Elektronen eingesetzt. Die emittierten Elektronen treffen auf die in unterschiedlichen Farben phosphoreszierenden Pixel des Bildschirms auf und bringen sie zum Leuchten, ähnlich wie bei der Darstellung von Bildinhalten mittels herkömmlicher CRT-Displays. FED-basierte Display-Technologie liefert höhere Farb- und Bildqualität als LCD- oder Plasma-Displays. Selbst schnellste Bewegungsabläufe werden unübertroffen weich und ohne Unschärfen dargestellt. Der Energieverbrauch ist wesentlich geringer als bei anderen Display-Technologien. FED-basierte Displays können 3 Millimeter dünn hergestellt werden. Laut Aussagen des FET-Firmensprechers soll gegen Ende 2009 mit der Produktion von FEDs begonnen werden. Die im ersten Jahr produzierten Stückzahlen will man auf 10.000 Einheiten limitieren. Beim Verkauf möchte FET sich auf anspruchsvolle Anwendungen in professionellen Einsatzbereichen fokussieren wie z. B. Master-Monitore in Fernseh-Regie-Studios oder bildgebende Systeme in medizinischen Einrichtungen und Forschungsinstituten. Der Einsatz von FED-basierten Displays in TV-Geräten werde keinesfalls ausgeschlossen. Der Zeitpunkt einer derartigen Entscheidung sei aber noch offen. „Wir werden zukünftig auch Fernsehgeräte mit FED-Technologie herstellen. Würden wir sofort damit beginnen, wären große Produktionsanlagen und ein sehr hoher Kapitaleinsatz erforderlich. Unsere Produktionsziele für das erste Jahr liegen bei 10.000 Displays mit 26-Zoll-Bildhöhe“, erläuterte der FET-Sprecher. „Wenn wir zu höheren Produktionszahlen und größeren Bildhöhen übergehen, werden wir weitere Produktionslinien errichten müssen und vor allem mit großformatigen Glassubstraten arbeiten, aus denen sich jeweils mehrere Panels mit Größen von 40 oder 50 Zoll schneiden lassen. Wir werden keine kompletten TV-Geräte herstellen und wollen auf dem Markt nicht als Produzent von TV-Geräten, sondern als Display-Panel-Hersteller auftreten. Der Markenname, unter dem FED-basierte TV-Geräte eines Tages angeboten werden, ist vollkommen offen. Unsere Kunden werden Unternehmen sein, die unter ihrem Namen Fernsehgeräte mit FED-Panels auf den Markt bringen.“ Auf den Interessenkonflikt angesprochen, der sich aus der 37prozentigen Beteiligung von Sony an Field Emission Technologies und dem gleichzeitig starken Engagement Sonys in OLED-Technologie ergeben könnte, erklärte der FET-Sprecher, dass Sony darüber nachdenke, seinen Anteil an dem Unternehmen FET stufenweise zu reduzieren.

Samsung vergibt Aufträge für LCD-TV's an TPV und Tatum

Laut Berichten aus Kreisen der taiwanischen Display-Industrie hat der koreanische Elektronik-Hersteller Samsung zum ersten Mal Aufträge für die Produktion von LCD-TV-Geräten an in Taiwan beheimatete Unternehmen vergeben. Samsung beabsichtigt auf diese Weise, seine Wettbewerbsfähigkeit bei den Verkaufspreisen zu verbessern und den Marktanteil am weltweiten Handel mit LCD-TV-Geräten zu erhöhen, heißt es in dem Artikel. Sowohl der taiwanische Hersteller TPV Technology wie auch Tatum haben Aufträge für die OEM-Fertigung von 32-Zoll LCD-TV's erhalten, bei denen allein Samsung für die Design-Gestaltung und die Beschaffung der verbauten LCD-Panels verantwortlich ist. Erste Lieferungen sollen in der

zur Marktreife zu entwickeln. NEDO ist eine regierungsamtliche Behörde, deren Aufgabe in der Finanzierung, Förderung und Koordination von Forschungsvorhaben zur Entwicklung neuer Technologien besteht. Bei der OLED Display-Technologie (Organic Light Emitting Diodes) werden organische Substanzen eingesetzt, die bei Energiezufuhr Licht erzeugen und in ähnlicher Form auch Glühwürmchen zum Leuchten bringen. Die japanische Industrie ist offensichtlich fest dazu entschlossen, sich an die Spitze dieser technologischen Entwicklung zu setzen, um im Wettbewerb mit koreanischen Schwergewichten wie Samsung Electronics und LG Display starke Positionen zu besetzen. Im vergangenen Jahr brachte Sony das erste in Serie produzierte OLED-TV-Gerät mit 11 Zoll Bildhöhe (28 cm) auf den Markt, dessen Verkaufspreis zur Zeit noch 10mal so teuer ist wie der eines vergleichbaren LCD-TV's. Sony arbeitet bereits an der Vorbereitung der für 2009 geplanten Massenproduktion eines 20-Zoll OLED-Fernsehgeräts und verbindet seine Vorreiterrolle bei der Entwicklung der zukünftigen TV-Technologie mit der erneut angestrebten Position des Technologieführers im TV-Geräte-Bereich. Um dieses Ziel zu erreichen, ist Sony laut eigenen Aussagen bereit, mit seinen größten Rivalen zusammenzuarbeiten. Einige der zukunftsweisenden Technologien will Sony jedoch, wie Firmensprecher Chisato Kitsukawa unterstreicht, weiter im Firmenbesitz behalten. Kitsukawa teilte mit, dass Sony bei dem OLED-Projekt besonders an der Zusammenarbeit mit Herstellern

von Produktionsanlagen und Ausrüstungen für Display-Panels interessiert ist: „OLED-TV-Geräte können nur dann zu einem erfolgreichen Massenprodukt werden, wenn wir eine ähnlich dichte industrielle Infrastruktur schaffen, wie sie zur Produktion von LCD-TV's besteht.“ LCD-Pionier Sharp sieht die Bedeutung von OLED nur längerfristiger wachsen und glaubt, wie Firmensprecher Miyuki Nakayama bekräftigt, dass LCD in den nächsten zehn Jahren weiter die dominierende Display-Technik bleiben wird. Das 2008 gestartete gemeinsame OLED-Forschungsprojekt der japanischen Unternehmen wurde für fünf Jahre bis 2013 vereinbart. Zu den wichtigsten Forschungszielen gehören: Verlängerung der Lebensdauer, Verringerung des Energiebedarfs und Erarbeitung effektiver, kostengünstiger Produktionsmethoden. Zu der Partnergruppe gehören unter anderem auch Sumitomo Chemical Co. und Hitachi Zosen Corp.

EG fördert Bau einer Samsung LCD-TV Produktion in der Slowakei

Die zuständige Kommission der Europäischen Union hat die Förderung der Errichtung einer Produktionsanlage für LCD-TV-Geräte durch den koreanischen Elektronik-Hersteller Samsung in der Slowakei beschlossen: Die Fabrik wird ihren Sitz in der Stadt Voderady, nahe Bratislava, haben. Das Projekt erfordert eine Gesamtinvestition in Höhe von 300 Millionen Euro, von der die EG einen Anteil von 65 Millionen Euro tragen wird. Durch den Bau und Betrieb der neuen LCD-TV-Fabrik entstehen 1.200 direkte Arbeitsplätze im Produktionsbetrieb und 3.700 indirekte Arbeitsplätze bei Versorgungsbetrieben und Zulieferfirmen in der Slowakei. Die Ansiedlung des Unternehmens leistet, wie in einer Erklärung der EG steht, einen wichtigen Beitrag zur Entwicklung der Region.

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

REGZA **HD 1080p**

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

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

ersten Hälfte des dritten Quartals erfolgen. Bisher hat Samsung alle unter der Marke Samsung verkauften TV-Geräte selbst hergestellt, hielt aber schon in den vergangenen zwei Jahren nach OEM-Partnern in Taiwan Ausschau, ohne jedoch Vereinbarungen zu treffen. Auch Samsungs größter Konkurrent Sony vergibt seit dem vergangenen Jahr zeitlich limitierte Aufträge an taiwanische LCD-Panel-Hersteller und hat auf dem US-amerikanischen Markt gerade eine intensive Preiskampagne mit LCD-TV's in den Größen 32 und 40 Zoll eröffnet. Samsung engagiert sich in Nordamerika in einem Kopf-an-Kopf-Rennen mit den beiden konkurrierenden Anbietern Sony und Vizio. www.samsung.de

Japanische Elektronik-Hersteller entwickeln gemeinsam OLED-TV's

Die japanische Regierung wird Sony, Sharp und weitere japanische Elektronik-Hersteller bei der gemeinsamen Weiterentwicklung superdünner großformatiger OLED-TV's unterstützen. Laut einer Erklärung der New Energy and Industrial Technology Development Organization (NEDO) setzen die beteiligten Unternehmen sich zum Ziel, bis 2015 ein 40 Zoll großes OLED-TV-Gerät

CO₂ neutrales Fernsehen mit Sharp Aquos Solar LCD-TV

Fernsehen ohne CO₂ Emissionen und ohne negative Auswirkungen auf das Weltklima ermöglicht ein von Sharp entwickelter 26-Zoll Aquos LCD-TV mit 66 cm Bildhöhe. Das nur 20 mm dicke LCD-Panel mit einem Kontrastverhältnis von 1.000:1 gibt sich im Betriebszustand mit 30 Prozent weniger Energie zufrieden als ein normales LCD-TV und verbraucht nur 25 Prozent der Energie, die ein konventionelles CRT-Fernsehgerät benötigt. Die hohe Energie-Effizienz des von Sharp präsentierten Aquos TV Prototyps ermöglicht seine Stromversorgung durch ein einziges mit Sharp Triple-Junction Thin-Film Solar Cell Modulen bestücktes Solarpanel mit etwa der gleichen Fläche wie der Bildschirm. Sharp plant, den sparsamen Flachfernseher zusammen mit dem Solar Power-Panel als Set anzubieten, verlautet aus Firmenkreisen. Zu welchem Zeitpunkt die Markteinführung erfolgen soll, ist noch unbekannt. Mit dieser Entwicklung leistet der LCD-Pionier und Technologieführer Sharp einen zukunftsweisenden Beitrag zur Verminderung der globalen Erwärmung: Das Set bietet 1,6 Milliarden Menschen der Dritten Welt, die ohne Stromanschluss sind, die Möglichkeit zur Nutzung eines Fernsehgeräts. Außerdem dominieren in den meisten Entwicklungs- und Schwellenländern konventionelle Röhren-TV-Geräte den Fernsehbestand. Das TV-Gerät ist der größte Verbraucher elektrischer Energie in vielen Haushalten. Der wachsende Bestand an TV-Geräten in diesen Ländern hat einen höheren Energieverbrauch und den Anstieg der weltweiten CO₂ Emissionen zur Folge. Der LCD-TV Hersteller Sharp ist zugleich einer der weltweit führenden Hersteller von Solarzellen und Modulen.



Vom Kabel befreit

High Definition TV mit „WirelessHD“

Zum Jahresanfang hat das 2006 unter dem Namen „WirelessHD“ ins Leben gerufene Gemeinschaftsprojekt führender Elektronik-Hersteller die Spezifikation 1.0 der WirelessHD-Schnittstelle zur drahtlosen Übertragung von hochauflösenden Video- und Audio-Inhalten definiert. Auf der IFA 2008 wird Panasonic, Gründungsmitglied und einer der wichtigsten Akteure der WirelessHD Organisation, die neue Technologie anhand eines mit WirelessHD ausgestatteten Audio/Video-Systems den Messe-Besuchern demonstrieren. Erste Produkte mit der neuen Übertragungstechnik sollen gegen Ende 2008 oder Anfang 2009 auf den Markt kommen.

Was bringt WirelessHD?

Alle HDTV-kompatible Fernsehgeräte, Projektoren und Blu-ray-Player sind inzwischen mit HDMI oder DVI mit HDCP ausgestattet. Mit einer einzigen Kabelverbindung werden hochauflösende Audio- und Video-Inhalte unkomprimiert und so gut wie verlustfrei zum TV-Gerät übertragen. Auch leistungsfähige Multimedia- und Gamer-PCs werden zunehmend mit HDMI-Schnittstellen ausgerüstet. Neben der Übertragung von HD-Inhalten übermittelt die bidirektional arbeitende HDMI-Verbindung auch Informationen über die Integrität der durch HDCP kopiergeschützten Übertragungstrecke und kann von einer gemeinsamen Fernbedienung gesendete Anweisungen an die verschiedenen Geräte weiterleiten. Wie der japanische Elektronik-Hersteller Panasonic mitteilt, der zusammen mit SiBeam Inc. (USA) die ersten Chip-Lösungen und Micro-Antennen-Arrays für WirelessHD entwickelt hat, unterstützt WirelessHD auch die Panasonic „VIERA Link“ Technik zur Bedienung aller System-Komponenten mit einer einzigen Fernbedienung. HDMI Kabel können meist nur 10 Meter Distanz, hochqualitative teure Kabel bis zu 15 Meter überbrücken. Für größere Distanzen sind kostspielige Glasfaser-Adapter oder elektronische Lösungen erforderlich. WirelessHD macht die zahlreichen HDMI-Kabel überflüssig und überbrückt per Luftlinie Distanzen zwischen Zuspieldgeräten und TV-Gerät, für die man sehr lange HDMI-Kabel verlegen müßte. Mit der Spezifikation 1.0 werden Bandbreiten zwischen 2–5 GBit/s erreicht. Damit können HD-Signale unkomprimiert übertragen werden. Zukünftig sollen Bandbreiten bis zu 20 GBit/s erreicht werden. WirelessHD nutzt den noch unbelasteten 60-GHz-Frequenzbereich. Damit die Übertragung nicht durch Personen oder Hindernisse beeinträchtigt wird, formt eine automatische Elektronik die Richtkeule des Multiple-An-

tennen-Arrays immer so, dass die optimale Übertragungsqualität garantiert wird. Die Veränderung des „controlled beam“ dauert weniger als eine Millisekunde. Als zentrale Schaltstelle (Coordinator) für alle Vorgänge definiert die WirelessHD Organisation das TV-Gerät. Als erste Produkte werden wahrscheinlich separate WirelessHD Adapter-Module auf den Markt kommen, die mit den HDMI-Schnittstellen der Geräte verbunden werden können.

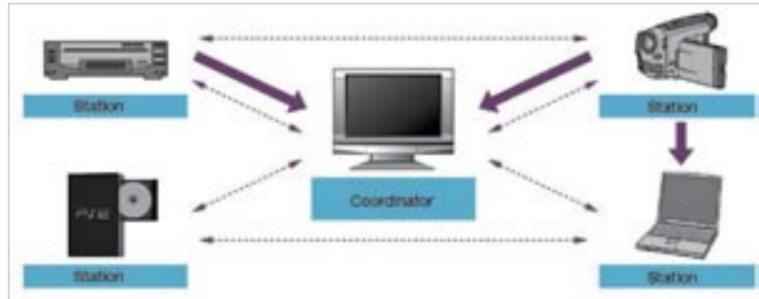
WirelessHD Pre-Show-Workshop am 28. August in Berlin

Am Tag vor der Eröffnung der IFA veranstaltet das WirelessHD Consortium in Berlin einen WirelessHD Pre-Show-Workshop. Am Abend des gleichen Tages wird Besuchern und Medien auf einem Eröffnungsempfang die Möglichkeit zur Begegnung mit den Teilnehmern der Veranstaltung geboten. Der WirelessHD 1.0 Spezifikations Workshop findet am 28. August von 13:00–17:00 Uhr im Rahmen des CONNECTIONS Europe Summit im Kempinski Hotel Bristol statt. Thema sind die Möglichkeiten durch WirelessHD-Technologie und einfache Steuerungen den drahtlosen Zugang zu hochauflösendem Content zu verbessern. „Die gegenseitige Annäherung der branchenführenden Unternehmen durch einen gemeinsamen Applikationsschwerpunkt, begleitet von neuesten Fortschritten der drahtlosen Technologie und ausreichender Bandbreite, bietet der Branche eine einzigartige Gelegenheit. Sie wird die Art und Weise verändern, mit der Verbraucher Zugang zu hochauflösendem Content erhalten und ihn verwalten“, erklärt John Marshall, Vorsitzender und Präsident von WirelessHD. „Mit dieser Brancheninitiative hat sich WirelessHD zum Ziel gesetzt, interessierte Unternehmen mit der Funktionsweise der von Panasonic in Zusammenarbeit mit SiBeam Inc. entwickelten Technologie vertraut zu machen und ihnen Wege aufzu-

zeigen, auf denen sie durch Integration der Technologie in ihre Produkte erfolgreiche WirelessHD-Anwender werden. WirelessHD-Technologie nutzt den 60-GHz-Frequenzbereich und bietet mit bis zu 4 Gbps die nach Stand der Technik höchste auf Funktechnik basierende Datenübertragungsgeschwindigkeit für Digitalgeräte.

Der Workshop bietet einen technischen Überblick über den ersten globalen Standard für drahtlose und unkomprimierte hochauflösende Audio-, Video- und Datenvernetzung. „Die Nachfrage der Verbraucher nach hochqualitativen

Inc., NEC Corporation, Samsung Electronics Co. Ltd., SiBEAM Inc., Sony Corporation und Toshiba Corporation unter dem Namen „WirelessHD“ ein Gemeinschaftsprojekt aus der Taufe gehoben: Die in Kalifornien ansässige „WirelessHD LLC“ definiert sich als eine Interessengemeinschaft führender Ingenieure der Unterhaltungselektronik, deren Ziel die Erarbeitung von Spezifikationen für Schnittstellen und Protokolle einer neuen drahtlosen Funktechnik zur Übertragung von High Definition Video- und Audio-Programminhalten und deren Durchsetzung als industrieweiter



Das TV-Gerät übernimmt bei Wireless-HD die Aufgabe des Coordinators zwischen den „Stationen“.

Unterhaltungserlebnissen und das pragmatische Bedürfnis, angeschlossene Geräte ohne die Notwendigkeit zahlloser Kabel lokalisieren zu können, sind wichtige Aspekte, um die Entwicklung drahtloser breitbandiger Verbindungen für Unterhaltungsgeräte voranzutreiben“, erläutert Kurt Scherf, Vice President und leitender Analytiker von Parks Associates. „Konsortien wie WirelessHD spielen bei der Realisierung von hochqualitativem und drahtlos übertragenem Multimedia-Streaming eine Schlüsselrolle.“

Termin: 28. August, Kempinski Hotel Bristol Berlin: www.connectionseurope.com, Tel.: +1-972-490-1113 oder sales@parksassociates.com

Die WirelessHD Organisation

Im Jahr 2006 haben die Elektronik-Hersteller Panasonic (Matsushita Electric Industrial Co. Ltd.), Intel Corporation, LG Electronics

Standard ist. Die WirelessHD Spezifikation soll für stationäre und portable Geräte verbindlich sein und wird die erste durch die Consumer-Elektronik-Industrie unterstützte Funkübertragungstechnik für hochauflösende Medien- und Programm-Inhalte werden. WirelessHD stellt drahtlos die gleichen Leistungsmerkmale zur Verfügung wie die kabelgebundene HDMI-Schnittstelle und soll in nachfolgenden Versionen der Spezifikation zur universellen Kommunikationstechnik zwischen innerhalb der gleichen Wohnumgebung genutzten CE-Geräten ausgebaut werden. Über WirelessHD werden, wie beim HDMI-Kabel, neben hochauflösenden Audio- und Video-Inhalten auch Kontroll- und Steuersignale für die verschiedenen Zuspield- und Aufzeichnungs-Geräte (Stationen) übertragen. Die Bedienung aller Geräte erfolgt mit nur einer Fernbedienung, von einem zentralen Gerät aus. Bei WirelessHD fällt die zentrale Funktion des „Koordinators“



Die Anbindung der Ressourcen eines Heim-Netzwerks erfolgt über einen WirelessHD Media Player.

dem Fernsehgerät zu, das auf seinem Bildschirm auch die grafische Bedienoberfläche zur Eingabe der Bedienanweisungen bereitstellt, (GUI = Graphical User Interface).

WirelessHD-Unterstützer und -Anwender

Neben den bereits genannten Gründungsmitgliedern der WirelessHD Organisation kooperieren inzwischen zahlreiche weitere große Hersteller und bedeutende Technologie-Unternehmen mit dem Interessen-Verbund für WirelessHD. Zum Kreis der relativ früh beigetretenen Mitglieder zählen: Abocom, Agilent, ALPS Electronics Inc., Denon, Murata, National ICT Australia, NXP Semiconductor, Onkyo, Pioneer, Quantum Data, Samsung Electro-Mechanics, Sharp Electronics, ST Microelectronics, TDK Corporation, Tektronix, TSMC, Wionics Research, Realtek Group und Zoran. Nachdem sich die zukünftige Bedeutung des WirelessHD Projekts für die gesamte Consumer Elektronik abzuzeichnen begann, erklärten weitere Unternehmen ihre Unterstützung und Bereitschaft zur Mitwirkung: AirGain, Astrodesign Inc., ETRI, Finisar Corporation, Himax Technologies Inc., Icron, Inphi Corporation, Intelliasys, ITI TechMedia, Kolorific, MediaTek Corporation, Meridian Audio Ltd., Nvidia Corporation, Philips Electronics, Quanta Computer Inc., Sure-Fire Electric, Synopsys, Taiko Denki Ltd. und Trans Electric Co. Ltd. Monatlich kommen weitere hinzu.

www.wirelesshd.org



Panasonic, treibende Kraft bei der Entwicklung von WirelessHD, hat auf der CES 2008 das erste zusammen mit SiBEAM entwickelte Audio/Video-System mit WirelessHD-Technologie präsentiert.

Zwei neue Panasonic Full-HD Camcorder mit weltweit erstem 3MOS-Kamerasystem

Die Nachfrage nach High Definition (HD)-Camcordern auf SD-Karten-Basis wächst weiter. Panasonic hat diesen Trend frühzeitig erkannt und ist derzeit der weltweit führende Hersteller derartiger Geräte. Dabei rückt das Thema High Definition Bildqualität immer stärker in den Vordergrund, denn mehr und mehr ambitionierte Videofilmer wollen die technischen Möglichkeiten voll ausschöpfen – ebenso wie sie sich Ausstattungsmerkmale wünschen, die deutlich über den Standard hinausgehen.

Auf exakt diese Kundengruppe hat Panasonic die neuen Full HD 3MOS Camcorder HDC-SD100 und HDC-HS100 zugeschnitten. Beide Neuheiten sind mit einem manuellen Einstellring ausgestattet, der Videofilmer neue Möglichkeiten für die kreative Bildgestaltung eröffnet, und arbeiten mit dem von Panasonic neu entwickelten 3MOS-Kamerasystem. Dieses basiert auf der 3CCD-Technologie des Unternehmens. In einem 3MOS-System wird das einfallende Licht in die Primärfarben Rot, Grün und Blau aufgeteilt und jedes Signal getrennt verarbeitet. Im Vergleich zu 1-Chip-Systemen entstehen dadurch laut Panasonic dynamischere, lebendige Farben, ein höherer Detailreichtum und feinere Abstufungen. Die lichtempfindliche Fläche des MOS-Sensors ist etwa doppelt so groß wie bei einem CCD-Sensor und steigert entsprechend die Lichtempfindlichkeit.

Dies ermöglicht Aufnahmen bei lediglich zwei Lux Beleuchtungsstärke. Zur hohen Qualität der Aufnahmen in Full-HD mit 1.920 x 1.080 Pixeln trägt zudem das im SD100 und HS100 eingesetzte Leica Dicomar Objektiv bei. Es besteht aus zwölf Linsen in neun Bau-

gruppen, darunter asphärische Linsen zur Steigerung von Auflösung und Kontrast sowie eine streuungsarme Linse, die das Ausbluten von Farben vermeidet.

Mit dem neuen manuellen Einstellring wendet sich Panasonic vor allem an fortgeschrittene Videofilmer, die Fokus, Zoom, Blende oder Verschlusszeit bewusst manuell regulieren wollen, um individuelle Bildeffekte zu erzielen. Über einen Zubehörschuh sowie Mikrofon- und Kopfhöreranschluss kann umfangreiches optionales Zubehör genutzt werden.

Zu den weiteren Ausstattungsmerkmalen der beiden Panasonic Neuheiten gehören Gesichtserkennung, Pre-Recording-Funktion oder progressive Aufnahme. Um die Möglichkeiten des neuen 3MOS-Sensors bestmöglich auszuschöpfen, hat Panasonic seinen Crystal Engine Bildprozessor weiter



Neu in Panasonics Full-HD-Sortiment: die 3MOS Camcorder HDC-SD100 und HDC-HS100.

Panasonic kündigt neue SDHC High Speed Karten an

Panasonic hat für Ende August eine neue Linie von SDHC High Speed Speicherkarten angekündigt. Sie werden zunächst mit Kapazitäten von 6 GB (Aufnahmevermögen bis zu 90 Minuten für Full-HD-Material mit 1.920 x 1.080 Pixeln Auflösung) bzw. 12 GB (Aufnahmevermögen bis zu 180 Minuten) auf den Markt kommen und eignen sich vor allem für Videoaufnahmen mit High Definition Camcordern. Die Karten sind abwärtskompatibel, können also auch für Videoaufnahmen in Standardauflösung genutzt werden. Die neuen Karten RP-SDM06G (6 GB) und RP-SDM12G (12 GB) entsprechen der Class 4, ihre Datentransferraten liegen zwischen 4 MB pro Sekunde (garantiert) und 10 MB pro Sekunde (maximal). Laut Hersteller bieten die Neuheiten



höchste Verlässlichkeit und beste Performance speziell für AVCHD-Aufnahmen. Dank der besonderen Widerstandsfähigkeit der Speicherkarten gegen Verbiegen und Verwindung erhalten die Aufnahmen maximalen Schutz. Ein Flash-Speicher nach Industriestandard sorgt für Funktionssicherheit auch unter widrigen Bedingungen.

Im Temperaturbereich von -25 °C bis +85 °C ist der Einsatz der neuen Panasonic Karten unbedenklich. Die Karten speichern die Daten auch dann, wenn während des Zugriffs die Energieversorgung abbricht, etwa durch Fallenlassen. Die beiden neuen SDHC-Speicherkarten zeichnen sich außerdem durch ein benutzerfreundliches Beschriftungsfeld aus. Videofilmer können direkt auf der Karte ein Stichwort vermerken und so Ordnung und Übersicht in ihre Aufnahmen bringen. Die unverbindlichen Preisempfehlungen betragen 33,99 Euro für die 6-GB-Karte und 67,99 Euro für das 12-GB-Modell.

entwickelt und die HD Crystal Engine geschaffen. Ein neuer Schaltkreis zur Rauschunterdrückung und eine neue intelligente Kontrastkontrolle heben die Bildqualität und senken den Energieverbrauch. Im Vergleich zu früheren Panasonic Camcordern konnte der Dynamikumfang verdoppelt werden. Für den Ton sorgt bei beiden Camcordern ein 5.1-Kanal-Soundsystem mit fünf separaten Mikrofonen. Zusätzlich bieten beide Modelle eine Zoom-Mikrofon- und Center-Mikrofon-Funktion. Der SD100 zeichnet die Filme ausschließlich auf SDHC-/SD-Speicherkarte auf und kommt deshalb ohne Laufwerk aus. Als Hybrid-Modell nimmt der HS100 dagegen entweder auf SDHC-/SD-Speicherkarte oder auf seine integrierte 60-GB-Festplatte auf, die für bis zu 23 Stunden HD-Aufnahmen reicht. Beide Camcorder werden mit der HD Writer 2.6 Software für Windows ausgeliefert und von Apple Macintosh iMovie 08 unterstützt. Die Geräte werden ab September jeweils in Schwarz erhältlich sein. Die unverbindlichen Preisempfehlungen standen bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

- Vorwerk AERA DEJA Linksys
- SCHNEPEL VOGEL'S PRODUCTS
- AXDIA Canopus Mustek MEDION
- Canton De'Longhi Fast and Safe
- Rollei DENON Falk Marco Polo SHARP
- Orion Toshiba expert Hyundai IT
- ZDF Zweites Deutsches Fernsehen
- AIPTEK Vivanco NAVIGON
- BSH Bosch-Siemens-Hausgeräte Haier
- innovation sound technology Archos
- Euronics LG Electronics NXP Semiconductors
- VERBATIM Socrimex Humax Eutelsat
- Optoma TrekStor HAMA Pure Acoustics
- Liebherr Saeco GRUNDIG Loewe
- Netronix rbb Rundfunk Berlin Brandenburg
- Samsung Electronics SMS Telefonen
- Arcelik iriver Harman EVIK
- Schaub Lorenz iPublish Olympus
- VDC Erard Vestel TECO Hisense
- EPSON Lenco Oehlbach V-SONIC
- LeXXum WMF Bosch Mio Pataco
- S.I.S.V.E.L. KODI BEKO
- SSI Computer Funai Garmin
- Electrolux Packard Bell TEAC
- GD DIGITAL DAEWOO ruwido
- Texas Instruments STRONG Siemens
- DataByte Creative Labs GORENJE
- Philips JVC Marantz
- Fujitsu Siemens Computers G & BL
- ELAC Electroacoustic Nespresso
- KENWOOD MAGNAT Tobit PHILKO
- T'nB CTC Clatronic MSI
- TCL Digital Technology Deutsche Telekom
- Metz JURA ARD Klipsch Europe
- Sony GRAVIS Panasonic elta
- YAMAHA ELEKTRONIK M3 Miele
- GLYN Starsway Meliconi Mitsumaru
- Nero TomTom Finlux TATUNG

Danke

Berlin, 29. August – 3. September 2008 www.ifa-berlin.de

Microsoft: PoS-Display steigert Zubehörverkauf

WebCams live im MediMax Duisburg

Der Verkauf von Zubehör ist für den Handel ein gutes Geschäft. Microsoft Hardware hat in den letzten Jahren hier intensive Handelsforschung betrieben, um seine Partner besser unterstützen zu können. Das neue PoS-Display für Web-Kameras entspricht den Anforderungen von Handel und Verbrauchern. MediMax in Duisburg hat das Verkaufstool seit fünf Monaten im Einsatz.

Internet-Kameras werden immer beliebter, wobei die rasche Verbreitung von schnellen DSL-Zugängen in Verbindung mit preiswerten Flatrates hieran großen Anteil hat. Während sich hier lange Zeit Logitech und Microsoft den Markt teilten, ist das Angebot zwischenzeitlich an Herstellern und Produkten unüberschaubar groß geworden. Hier das für seine Zwecke geeignete Produkt zu finden, ist für den Normalverbraucher nicht mehr möglich.

Neues PoS-Display

Um seine Handelspartner hier zu unterstützen, hat sich Microsoft Hardware an die Entwicklung eines PoS-Displays gemacht. Zwei Dinge standen im Vordergrund: geringer Platzbedarf im Laden und eine einfache Bedienung. Zusätzlich sollten sich auf einfache Weise mehrere Kameras anwählen sowie vergleichen lassen und die entsprechenden Produkte auch gleich am Präsentationsdisplay erhältlich sein. Das Ergebnis der Entwicklung ist ein kompaktes, übersichtliches Display mit einer ansprechenden Gestaltung. Für Manfred Mönig, Abteilungsleiter PC-Multimedia- und Telecom-Zubehör bei Medi-

Max in Duisburg-Alt Hamborn, ist das Microsoft WebCam-Display die ideale Ergänzung seines Zubehörportfolios. Dabei hat er erst seit einem Dreivierteljahr die Microsoft-Produkte im Portfolio.

Umsatz verdoppelt

In dieser Zeit aber hat sich der Umsatz mit Web-Kameras verdoppelt. Der Einsatz des PoS-Displays hat den Absatz vor allem von Microsoft-Web-Cams weiter erhöht. „Für unsere Kunden bietet das Display die Möglichkeit, sich unverbindlich auf einfache Weise die verschiedenen Microsoft-Kameratypen anzusehen und direkt live zu vergleichen“, freut sich Manfred



Manfred Mönig: „Das WebCam-Display animiert die Kunden, mit den Internet-Kameras zu spielen und diese auszuprobieren.“

Mönig. Berührungssängste der Kunden gibt es nur selten. „In der Regel gehen die Besucher ungewohnt mit dem System um“, so Mönig. „Die durchschnittliche Verweildauer beträgt zwischen drei und sechs Minuten, wobei es manche Kunden auch auf zwanzig Minuten bringen.“

Einfache Bedienung

Der Grund liegt in dem selbsterklärenden Bedienkonzept. Der Betrachter muss lediglich wissen, wie eine Maus zu bedienen ist.



Mit wenigen Mausklicks kann der Interessent auf dem WebCam-Display die Kamera seiner Wahl ausprobieren. Dazu wird das entsprechende Abbild in eines der beiden Fenster gezogen, worauf das System die zugehörige Kamera aktiviert. So lässt sich auf einfache Weise jede Kamera mit jeder vergleichen.



Erst seit rund acht Monaten befinden sich in dem MediMax-Haus in Duisburg die Zubehörprodukte von Microsoft im Portfolio. Innerhalb dieser kurzen Zeit hat sich der Umsatz mit diesen Artikeln verdoppelt. Vor allem die höherwertigen Internet-Kameras der Münchner finden bei den Kunden großen Anklang.

Über dem Display sind bis zu sechs Internet-Kameras angebracht und mit dem System verbunden. Mit Hilfe der Maus zieht man eine der Kameraabbildungen auf dem Monitor in eines von zwei Fenster, und sofort ist die jeweilige Kamera aktiviert. Um die Auswahl mit einer anderen Kamera zu vergleichen, kann man nun eine weitere Abbildung in das andere Fenster ziehen.

Marke ist wichtig

„Auf diese Weise“, ergänzt Manfred Mönig, „kann der Kunde sehr schnell alle Kameras miteinander vergleichen. Darüber hinaus kann jeder für sich ohne Fachkenntnisse die Preisunterschiede zwischen den einzelnen Produkten ‚erfahren‘, ohne sich zuvor eingehend mit den Kameras beschäftigt zu haben.“ Der Kauf einer Kamera ist nicht vom Preis abhängig, wie Manfred Mönig bei einigen Aktionen feststellen konnte. „Wir haben manche Kameras im Rahmen von Sonderaktionen deutlich im Preis gesenkt, ohne ein Stück mehr zu verkaufen. Für den Kunden zählt die Marke letztendlich mehr als ein günstiger Preis.“ Sollten dennoch Fragen offen bleiben, kann man sich vertrauensvoll an das Personal wenden. Ebenso freundlich, wie sich das Unternehmen auf 2.000 qm² Fläche in zwei Etagen präsentiert, sind auch die 26 Mitarbeiter. „Wir bemühen uns, jeden unserer Kunden gut zu beraten“, bekräftigt Mönig. „Jeder ist angehalten, auf die Kunden zuzugehen. Die meisten sind gelernte Techniker, wodurch wir eine hohe Beratungs-



Das neue WebCam-PoS-Display von Microsoft erfüllt auf engem Raum die Anforderungen von Handel und Verbrauchern. Bis zu sechs WebCams sind gleichzeitig angeschlossen, wobei sich jeweils zwei live vergleichen lassen. Für eine schnelle Entscheidungsfindung sind alle Produkte am Display vorhanden.

kompetenz über alle Bereiche bieten.“ Dies ist der Grund, warum sich das Einzugsgebiet des MediMax-Hauses an der Duisburger Straße kontinuierlich erweitert. „Mittlerweile besuchen uns Leute aus Düsseldorf, Kleve, Neuss und Essen“, freut sich Manfred Mönig. Mit ein Grund hierfür dürfte die Einrichtung sein, die von der Geschäftsführung sowie den Mitarbeitern mit viel Liebe zum Detail entstanden ist, um den Kunden ein Einkaufserlebnis zu bieten.

www.medimax.org

KERNARGUMENTE

- Zentraler Anlaufpunkt und Informationsstand
- Hoher Aufmerksamkeitsfaktor
- Instrument zur Kundenbindung und -beratung
- Erlebbarer Vergleich der einzelnen WebCams
- Einfache Bedienung. Der Interessent kann ohne Hilfe des Personals agieren
- Attraktives Präsentationsmöbel mit geringem Grundflächenbedarf
- Alle Produkte direkt am Display verfügbar

Expert: Geschäft mit Flat-TVs nimmt weiter zu

66 Prozent Umsatz mit CE

Die expert AG steigerte ihren Umsatz im Geschäftsjahr 2007/2008 gegenüber dem Vorjahr um 12,5 Prozent auf 2,8 Mrd. Euro (Vorjahr 2,49 Mrd. Euro) nach Brutto-Konsumentenpreisen. Großen Anteil an dem Erfolg hat vor allem das Geschäft mit Flachbildschirmen, das dem Handel nach wie vor auf hohem Niveau gute Umsätze bringt.

Der Umsatz der expert-Zentrale, der aus dem Einkauf der angeschlossenen Händler resultiert, stieg entsprechend um 9,2 Prozent auf 1,45 Mrd. Euro (Vorjahr 1,33 Mrd. Euro). Im Bereich Fernsehen erzielten die Flachbild-Fernseher erneut ein Absatzplus von 40 Prozent. Die expert Fachgeschäfte verkauften insgesamt 470.000 Einheiten, wobei der Anteil der konventionellen Röhrengeräte mit nur 30.000 Stück abermals dramatisch zurückging.



Volker Müller: „Blu-ray-Player, HD-Discs und Displays bilden gemeinsam die Voraussetzung für das perfekte Home-Cinema.“

Displays werden Massenware

„Die TV-Displays sind in breiten Käuferschichten angekommen“, freut sich Volker Müller, Vorstandsvorsitzender Expert, „wobei vor allem bei Geräten mit mehr als 42 Zoll Bildschirmdurchmes-

ser die HDTV-taugliche HD-Ready-Konfiguration zunehmend durch die Full HD-Version abgelöst wird.“ Im Bereich der Consumer Electronics mit Unterhaltungselektronik, Kommunikationstechnik und Computer Hardware erzielte die expert-Gruppe einen Umsatzanstieg von 11,2 Prozent auf 923 Mio. Euro. (Vorjahr 830 Mio. Euro). Dabei waren Flat-TV und Laptops vor Navigationsgeräten und Digital-Cameras die stärksten Umsatzbringer. Der Gesamtmarkt blieb mit 3,7 Prozent Umsatzwachstum weit hinter dieser Entwicklung der expert-Gruppe zurück. Zum Umsatz der expert-Gruppe bei den Consumer Electronics steuert die Unterhaltungselektronik 66 Prozent, die Kommunikationstechnik 12 Prozent und die Computer Hardware 22 Prozent bei. Die Einführung

des Partnerkonzeptes trägt erste Früchte. Im November wird in Simmerath in der Eifel der erste Fachmarkt nach diesem Konzept eröffnet, das die Unterstützung junger Unternehmensgründer durch das gesamte Dienstleistungspaket der expert-Zentrale umfasst. Noch in diesem Jahr wird eine Reihe weiterer Standorte nach diesem Konzept vorbereitet.



des Partnerkonzeptes trägt erste Früchte. Im November wird in Simmerath in der Eifel der erste Fachmarkt nach diesem Konzept eröffnet, das die Unterstützung junger Unternehmensgründer durch das gesamte Dienstleistungspaket der expert-Zentrale umfasst. Noch in diesem Jahr wird eine Reihe weiterer Standorte nach diesem Konzept vorbereitet.

Mehr Dienstleistung

Um ihr Dienstleistungsangebot weiter ausbauen zu können, will die expert-Zentrale die Zahl ihrer Mitarbeiter um acht Prozent auf 319 erhöhen. Die meisten dieser Planstellen sind bereits besetzt, es ist aber schwer, für noch offene Stellen im Bereich Vertrieb und Informationstechnologie (IT) geeignete Bewerber zu finden.

Der expert AG gehörten per 31. März 2008 insgesamt 220 Gesellschafter (Aktionäre) mit über 400 Fachgeschäften an. Sie beschäfti-

Mit 220 Gesellschaftern mit über 400 Fachgeschäften in Deutschland hat die Expert erneut einen Rekordumsatz in Höhe von 2,8 Milliarden Euro eingefahren. Das zurückliegende Geschäftsjahr profitierte deutlich von den Marketingaktivitäten zum 40jährigen Bestehen von Expert International.



In fast allen Segmenten konnte die Expert-Gruppe umsatzmäßig stärker als der Markt wachsen. Den größten Unterschied verzeichnen Elektrokleingeräte mit einem Plus von 18,6 Prozent, gefolgt vom PC-Segment mit plus 17,1 Prozent. Selbst das Minus im Kommunikationsbereich fällt mit -5,5 Prozent moderat aus.

gen bundesweit über 6.000 Mitarbeiter. 162 Betriebe der expert-Gruppe besitzen als Vollsortimenter mit Consumer Electronics, Kommunikationstechnik, PC-Hard- und Software und Elektrohausgeräten eine Verkaufsfläche ab 800 qm aufwärts. Für das laufende Geschäftsjahr erwartet die expert AG aufgrund

der sportlichen Großereignisse wie Fußball EM und Olympische Spiele in Peking und der jetzt jährlich stattfindenden Internationalen Funkausstellung (IFA) einen Umsatzanstieg von ca. 3 Prozent, zu dem die weiter anhaltende Nachfrage nach Flat-TV's erheblich beitragen wird.

www.expert.de



GRUNDIG
made for you

A-NOTE SUPER. B-NOTE AUCH. UND EINEN DESIGNPREIS GIBT'S NOCH DAZU.



Der Grundig Vision 6 LCD-TV. Er beeindruckt durch Technik und Darstellung und überzeugt durch preisgekröntes Design. Mit HD ready, 81-cm-, 94-cm- oder 107-cm-Displaydiagonale, DVB-T-Receiver, Dynamic Contrast Plus und SRS TruSurround. Großartige Momente für Ihre Kunden.

Mehr Infos über den Vision 6 und weitere LCD-TVs bei Ihrem Vertriebsberater oder auf www.grundig.de

Nokia Maps macht Handys zum Navigator



Nokia: 35 Millionen Mobiltelefone mit GPS in 2008 von Nokia

Mit zunehmender Leistungsfähigkeit der Mobiltelefone integrieren die Hersteller immer neue Funktionen in die Geräte. Eine der zukunftsträchtigsten Erweiterungen ist die mobile Navigation. Entsprechend machen die Finnen Nokia Maps 2.0 in Verbindung mit dem Internet-Portal „OVI“ zu ihrer Basissoftware, die künftig auf allen Nokia-Geräten installiert wird.

Die mobile Navigation hat sich in den vergangenen zwei Jahren schnell entwickelt und findet eine immer größere Akzeptanz beim Verbraucher. Auch die Provider haben mittlerweile das Potential erkannt und bewerten das Navigationsthema höher als Musik auf dem Handy. Wurden in 2007 weltweit rund 50 Millionen Mobiltelefone mit Navigationssoftware verkauft, sollen es nach Nokia-eigenen Schätzungen im Jahr

Handy-Generationen. „Wir haben die Funktionen eines PDA's in Mobiltelefone integriert“, so Christof Hellmis, Director Navigation & Routing bei Nokia Services und Software. „Gleichzeitig werden die Geräte mit immer mehr Speicher ausgestattet, so dass sich große Mengen an Karteninformationen direkt im Handy speichern lassen.“ Nokia Maps 2.0 ist eine Navigationssoftware, mit der man sich im Auto, zu Fuß oder auf

Diese lassen sich bei Bedarf komplett auf einer einzigen Speicherkarte ablegen.

Standortbasierte Zusatzdienste

Doch Nokia Maps 2.0 bietet weit mehr als die reine Navigation. Aus der Verknüpfung von Mobilkommunikation, Karten und Verzeichnissen wie Adressbüchern, Reiseführern oder interessanten Punkten ergeben sich neuartige Anwendungen. Schon heute kann man sich mit den aktuellen Mobiltelefonen über einen Kontakt aus seinem Adressbuch direkt zu der entsprechenden Adresse führen lassen oder Freunde zu einem Treffpunkt lotsen, indem man ihnen per SMS die betreffende Adresse oder Koordinaten zusendet.

Brücke zwischen realer Welt und Internet

„Diese sogenannten Social Services gewinnen immer mehr an Bedeutung“, so Hellmis. „In Verbindung mit dem Internet-Portal OVI schlägt Nokia die Brücke zwischen der realen und virtuellen Welt, da wir persönliche, soziale Netzwerke mit der realen Welt verbinden.“ Auf diese Weise können Menschen ihre täglichen Aktivitäten planen, speichern und untereinander austauschen. Dabei geht es im wesentlichen um die Frage, in welchem Zusammenhang jemand zu einer bestimmten Zeit an einem bestimmten Ort ist und wie hilfreich diese Information zum Beispiel für gute Freunde

sein kann. Nokia Maps macht dies heute schon möglich, wobei die Software kostenlos auf der Nokia-Homepage zur Verfügung steht, ebenso wie die Länderkarten.

Damit haben die Finnen einen wichtigen Schritt in Richtung Endkunde getan. „Der Kunde muss erst einmal erfahren können, wie einfach Handynavigation sein kann und wie zuverlässig diese arbeitet“, so Andreas Hoffmann, Head of Productmanagement Social Media. „Er wird die Navigation nur dann ausprobieren, wenn er sicher sein kann, damit keine Zusatzkosten zu erzeugen.“

Navigation kostenlos erfahren

Dabei ist der Funktionsumfang dennoch groß. So kann man in den einzelnen Karten blättern, Adressen suchen, Point-of-Interest besuchen sowie seine Routen planen. Nokia Maps berechnet auf Wunsch die schnellste oder die kürzeste Route zwischen zwei ausgewählten Punkten und stellt sie wahlweise in der Kartenansicht oder als Liste mit Fahrmanövern dar. Wer ein Mobiltelefon mit integriertem GPS-Empfänger besitzt oder über ein externes Bluetooth GPS-Modul verfügt, kann sich die aktuelle Position auf der Karte anzeigen lassen und als Ausgangspunkt für die Routenplanung heranziehen. Bei Modellen mit integriertem Kompass, beispielsweise dem Nokia 6210 Navigator, passt sich die Karte auto-

Nokia Maps unterstützt Fußgänger durch die spezielle Berücksichtigung von Fußwegen bei der Routenplanung. Fußgängerzonen werden besonders hervorgehoben und auch kleine Nebenstraßen mit Namen gekennzeichnet. Für zehn europäische Metropolen sind zusätzlich die Stationen des öffentlichen Nahverkehrsnetzes gespeichert.

matisch der Ausrichtung des Nutzers an, ähnlich wie bei der Head-On-Funktion bei Navigationssystemen.

Erst Zusatzdienste kostenpflichtig

Die Schritt-für-Schritt-Zielführung mit akustischen und visuellen Fahrhinweisen ist bei Nokia Maps kostenpflichtig und in jedem Fall auf einen GPS-Empfänger angewiesen. Außerdem werden über Nokia Maps elektronische Multimedia-Reiseführer von namhaften Anbietern zum Herunterladen auf das Mobiltelefon angeboten. Die empfohlenen Hotels, Restaurants und Sehenswürdigkeiten lassen sich mit Hilfe von Nokia Maps direkt ansteuern.

www.nokia.de



Nokia Maps bietet ein anwenderfreundliches Preismodell an. Bezahlt wird beispielsweise über die Mobilfunkrechnung oder per Kreditkarte. Software und Kartenmaterial sind kostenlos, ebenso ein Großteil der Funktionen. Die Schritt-für-Schritt-Zielführung mit Fahrhinweisen ist kostenpflichtig.

2015 bereits 500 Millionen Geräte sein. Bereits für dieses Jahr hat sich Nokia die Ziele hoch gesteckt, denn die Finnen wollen bis Jahresende weltweit rund 35 Millionen Mobiltelefone mit integriertem GPS-Empfänger absetzen. Möglich wurde diese Entwicklung erst durch die erweiterten technischen Ausstattungen der neuen

dem Fahrrad überall zurechtfindet. Die Anzeige von Karten, die Suche nach Adressen, die Routenplanung sowie die sprachgesteuerte Navigation sind die Stärken von Nokia Maps. Derzeit sind Karten für über 150 Länder weltweit verfügbar, wobei alle Karten zusammen nur 3,6 GByte Speicherplatz beanspruchen.

Nach dem Start von Nokia Maps erscheint auf dem Display zunächst die Weltkugel. Der Nachtschatten zeigt an, wo auf dem Planeten gerade Nacht und wo Tag ist. Die Weltkugel bildet die oberste Darstellungsebene, auf der man die Anzeige über Länder, Regionen und Städte bis auf Straßenniveau vergrößern kann. Beim ersten Aufruf von Nokia Maps wird die Weltkugel automatisch so weit gedreht, bis die Hauptstadt des eingestellten Landes erscheint. Bei jedem nachfolgenden Aufruf wird dann zu der Position gefahren, die beim letzten Verlassen von Nokia Maps gezeigt wurde.



KERNARGUMENTE

- Kompetente Kundenberatung zur Auswahl des passenden Handys.
- Hilfestellung bei der Auswahl der richtigen Zusatzsoftware aus dem umfangreichen Angebot auf dem OVI-Portal.
- Anbieten eines Installations- und Einrichtungsservices für Zusatzprogramme.
- Verkauf von Zusatznutzen/Inhalten über Content-Cards.
- Absatzmöglichkeit von Speicherkarten zur Speicherung verschiedener Landkarten.



Navigon 7210 vereint beliebte und neue Features

Das neue Navigon 7210 fällt optisch aus dem Rahmen, oder besser gesagt, er scheint gar keinen zu haben. Dieses Merkmal unterstreicht das puristische Design des Gerätes, das sich weniger verspielt, dafür aber sehr geradlinig und extrem flach präsentiert. Im neuen Navigon 7210 verschmelzen beliebte Funktionen aus der aktuellen Produktfamilie mit dem Neuesten aus der Navi-Welt: Die Spracherkennung Pro, Reality View Pro und Fahrspurassistent Pro sowie ganz neu Landmark View3D, Notfall-Hilfe und Favoriten auf der Karte. Reality View Pro sorgt außerhalb der Stadtgrenzen für Übersicht: Vor komplizierten Autobahnkreuzen weist auch die Neuheit den richtigen Weg zur richtigen Abfahrt. Straßenverlauf, Autobahnschilder und Abfahrten werden fotorealistisch auf dem Display



dargestellt. Die neue Notfall-Hilfe zeigt den aktuellen Standort an und unterstützt bei der Suche nach hilfreichen Anlaufstellen wie Krankenhaus, Polizei, Tankstellen und Apotheke. Die Auswahl dieser Ziele ist über das Menü abrufbar und lässt sich mit einem Knopfdruck in der Karte anzeigen und in die Navigation integrieren. Zusätzlich werden weitere Informationen wie die Telefonnummer angezeigt, mit denen man sich dann auch bequem über die Bluetooth-Freisprecheinrichtung verbinden lassen kann. Die Spracherkennung Pro, die die Zieleingabe mit nur einem einzigen Tastendruck möglich macht, sowie neue individuelle Sonderziel-Optionen runden das Funktionspaket des

neuen Design-Lotsen komfortabel ab. Erstmals können zu den bestehenden über zwei Millionen Sonderzielen auch eigene gespeichert und auf der Karte hinterlegt werden. Um die neuen Funktionen in bester Qualität aufs 4,3 Zoll SmartDisplay im 16:9-Format zu bringen, läuft der 600-Megahertz-Prozessor mit einem internen Arbeitsspeicher von 64 MB und zwei Gigabyte Flash-Speicher. Der Lithium-Ionen-Akku garantiert mehrere Stunden freie Fahrt. Danach sorgt das Autoladekabel mit integrierter TMC-Antenne für frische Energie. Über den Online Service Navigon Fresh kann das Navigon 7210 jederzeit auf den neuesten Stand gebracht werden: Bei einer Registrierung innerhalb von 30 Tagen nach dem Kauf ist ein Rabatt in Höhe von 80 Prozent auf den Preis von 99 Euro für das aktuellste Kartenmaterial für 24 Monate garantiert. Alle drei Monate steht ein neues Update von Navteq mit neuen Straßen, Hausnummern und Sonderzielen zum Download bereit. Der neue Navigon-Wegweiser kommt ab September auf den Markt.

Wayfinder PowerSearch für Apple

Am 1. Juli wurde Wayfinder PowerSearch für das iPhone und das iPod Touch freigegeben; eine ausgeklügelte Suchfunktion, die über eine simple Internet-Schnittstelle mehr als 100 Millionen Sonderziele abfragt. Suchergebnisse beinhalten Bildinformationen und detaillierte Beschreibungen von Restaurants, Bars, Museen sowie andere Arten von ortsbezogenen Informationen dank weltweiter Content-Partner wie Tele

Atlas, Wcities, den Gelben und Weißen Seiten. Innerhalb von 24 Stunden nach der Freigabe verzeichnete Wayfinder auf seinen Servern über 100.000 Suchanfragen von Wayfinder Power Search für iPhone und iPod Touch. „Es ist erstaunlich, was man bewerkstelligen kann, wenn man die standortbezogenen Server mit einer simplen Web-Anwendung kombiniert“, so Magnus Nilsson, CEO von Wayfinder. „Die Kombination der neuen iPhone Entwicklungstools und dem neuen iPhone 3G mit integrierter GPS hat die Nutzungsmöglichkeiten für ortsbezogene Anwendungen immens gesteigert. Power Search ist lediglich der Anfang einer ganzen Palette von Anwendungen, die wir für iPhone-Nutzer auf den Markt bringen werden.“

Strada

ZIELSICHER ANKOMMEN

Panasonic
ideas for life

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

www.panasonic.de

Die neuen Navis von Falk sind jetzt lieferbar

Das F8 Complete und die Geräte der Falk M-Serie Marco Polo Edition sind ab sofort lieferbar. Die Navigationsgeräte von Falk stehen für gutes Design, zuverlässige Navigation und für das Know-how des Reiseführer-Verlags MairDumont. Die M-Serie

setzt dieses Konzept für eine junge Zielgruppe um, das F8 Complete wendet sich an erfahrene Benutzer mit höchsten Ansprüchen an ihr Navi. Das Design der M-Serie ist schlank



(15,5 mm) und mit einem 3,5" Bildschirm sehr handlich und kompakt. Das fast ebenso schmale (17 mm) F8 bietet ein 4,3"-Display und teilt dieses in zwei Bereiche auf. Der Split-Screen ermöglicht die zusätzliche Einblendung einer Detailkarte oder Stau-meldungen.

Die Falk M-Serie Marco Polo Edition gibt es in den Versionen M4 für 149,95 Euro mit Kartenmaterial für Deutschland, Österreich und die Schweiz, für zirka 199,95 Euro gibt es den M6 Europe mit Kartenmaterial von Westeuropa und den M6 Zentral- und Osteuropa. Der M8 Europe Plus navigiert durch West- und Osteuropa für ca. 229,95 Euro. Der Falk F8 Complete beinhaltet Kartenmaterial für West- und Osteuropa und wird für 349,95 Euro angeboten. Zur Ausstattung der neuen Geräte gehören die ausführlichen Marco Polo Reiseführer-inhalte mit Insider-Tips zu über einer Million POIs. Die wichtigsten Sehenswürdigkeiten werden mit Bild und sogar Ton vorgestellt und haben einen bis zu 4.000

Zeichen langen Erklärungstext. Weitere Features sind Währungsrechner, Übersetzungssoftware, Picture Viewer, Video-Player, MP3-Player und Spiele. Die Falk M-Serie und das F8 sind außerdem mit neuer Software Falk Navigator 7 ausgestattet: Fahrspurassistent, Text-to-speech, Höchstgeschwindigkeitswarner und ein optimiertes Schnellzugriff-Menü gehören darin zum Standard.

TomTom Work mit dem Start des neuen Partner Programms zufrieden

TomTom Work freut sich über den erfolgreichen Start seines neuen Connected Selling Partner Programms. Dieses wurde zu Beginn des Jahres initiiert. Nach einem halben Jahr konnte TomTom Work sieben Gold-, 14 Silber- und 34 Bronze-Partner in Deutschland zertifizieren. Daneben arbeitet TomTom Work derzeit mit etwa 100 weiteren Partnern aus Distribution, Fachhandel und Systemhäusern in Deutschland zusammen. „Wir freuen uns über das große Interesse, auf das unser neues Partner Programm stößt“, sagte Thomas Becher, Commercial Director von TomTom Work. „Insbesondere Fachhändler aus dem Mobilfunk erkennen, dass professionelle Navigationslösungen ein starkes Wachstumssegment darstellen. Mit Lösungen für Telematik und Flottenmanagement ermöglichen wir dem Telco-Handel, sein Geschäftsmodell auf ein zweites, zukunftssträchtiges Standbein zu stellen.“ Das Connected Selling Partner Programm bietet Vertriebspartnern zahlreiche Vorteile. Abhängig vom Zertifizierungsstatus (nicht klassifiziert, Bronze, Silber und Gold) erhalten Partner Nachlässe auf Hardware sowie Provisionen. Daneben bietet TomTom Work Marketingunterstützung, kostenlose Produkt- und Vertriebsschulungen, Zugang zur TomTom Work Reseller Homepage, Erstausrüstung für neue Partner, direkte, qualifizierte Lead-Weitergabe sowie Unterstützung bei der Kundenbetreuung.

Das neue m.move 3218 aus der neuen Pure Line von MyGuide integriert vielfältige Funktionen in einem schlanken Gehäuse

Das m.move 3218 aus der neuen Pure Line von MyGuide steht dem Handel ab sofort zur Verfügung. In einem schlanken Gehäuse bietet der neue Navigator eine breite Kartenabdeckung – unterwegs sorgen die Synchronisation mit Outlook-Kontakten, individuelle Points of Interest und die MyGuide-Live-Website für noch mehr Informationen und Komfort als die Vorgängermodelle. Um mit den zukunftsorientierten Bedürfnissen seiner Kunden Schritt zu halten und seine Vision einer integrierten Navigationslösung, die weit über Funkortung hinausgeht, Wirklichkeit werden zu lassen, bringt MyGuide neueste technologische Entwicklungen zum Einsatz. Bei der Pure Line dürfen Endbenutzer nicht nur darauf vertrauen, dass sie auf Grund-

lage der neuesten, im ersten Quartal 2008 veröffentlichten Karten von Europa, dem Asien-Pazifik-Raum und Afrika (Nord- und Südamerika geplant) Orientierungshilfe in einer großen Region erhalten, sie haben auch Zugriff auf eine Reihe von Funktionalitäten, die das Benutzererlebnis bereichern und ihren persönlichen Lifestyle betonen.

- Points of Interest (POI): Maßgeschneiderte Informationen für jeden Benutzertyp können mit Hilfe der POI-Optionen leicht auf das PND geladen werden. Ob es ums Geschäft geht oder um den hippesten Laden der Stadt – die Informationen sind da und lenken den Benutzer oder die Benutzerin seinen/ihren Wünschen gemäß.
- Erweiterte Navigation: Pure Line bietet Navigationsleistung auf hohem Niveau, mit Spuranzeige,

3D-Landmarken auf den Karten und gesprochenen Richtungsanweisungen. Zusammen mit einem Smartmap-Zoom-Modus erhöhen diese Eigenschaften die Navigationsleistung enorm.



- Outlook-Kontakt-Download: Die Synchronisation seiner Outlook-Kontakte mit dem PND ermöglicht dem Endbenutzer, seine komplette Datenbasis ständig bei sich zu haben und den gewünschten Kontakt sofort zu finden. Ob es sich um

Geschäftliches oder Privates oder eine Kombination aus beidem handelt, der Nutzer braucht sich nicht länger mit dem Eintragen der Adressen in sein PND abzuplagen – alle Kontaktinformationen sind bereits auf dem Gerät.

- Die Live-Webseite von MyGuide: Die MyGuide-Live-Webseite bietet eine Reihe erweiterter Dienste und Features für Mitglieder von MyGuide live: Mit den aktuellen Informationen von MyGuide erledigt sich das Thema Radarfalle beispielsweise; die Stadtführer finden das angesagteste Restaurant und die coolste Show in der Stadt und bieten zusätzliche Informationen zur Verkehrssituation; die Wettervorhersage sorgt für trockene Füße und für Sicherheit auf der Straße.
- Hochwertiges Produktdesign: Das Design des m.move 3218 ist

schnittig und handlich. Mit einem Gehäuse von 18 mm kombiniert es Schlankheit mit Effizienz. Das Gerät wird mit einer speziellen Halterplatte geliefert.

- Neues My-Guide-eigenes Benutzerinterface und Look: Das neue MyGuide-Benutzer-Interface sieht attraktiv aus und wurde so gestaltet, dass es sich in das neue Gehäusedesign einfügt. Attraktive Features in zwei Benutzermodi stehen zur Verfügung.
- Optionales externes TMC-Modul: Durch die Bearbeitung aller aktuellen fahrtbezogenen Informationen können Staus vermieden und alternative Routen berechnet werden. Bei der Pure Line wird die TMC-Antenne als externes Modul geliefert, das mit dem PND verbunden werden kann.

Sennheiser steigerte im Jahr 2007 Umsatz und Ertrag Neuer Rekord in Wennebostel

Audiospezialist Sennheiser hat auf der Bilanzpressekonferenz für das Geschäftsjahr 2007 eine positive Bilanz vorgelegt und erneut ein Rekordergebnis bekanntgegeben: Weltweit lag der Umsatz der Sennheiser-Gruppe bei 395,3 Millionen Euro. Mit diesem Ergebnis knüpfte das Unternehmen an die Erfolgsserie der vergangenen Jahre an. Unter den Sennheiser-Produktsegmenten nahm der Kopfhörer-Bereich mit einem Plus von 19,7 Prozent und einem Gesamtumsatz von 111,7 Millionen Euro die Spitzenposition ein.

Bevor Volker Bartels, Sprecher der Sennheiser Unternehmensleitung und Geschäftsführer Produktion und Logistik, den Pressevertretern die wichtigsten Kennziffern des Geschäftsjahres 2007 präsentierte, kündigte Unternehmenschef Professor Dr. Jörg Sennheiser eine Investition von

über 20 Millionen Euro für die kommenden Jahre an. Dieser Betrag soll dazu eingesetzt werden, das bestehende Produktionsgelände in Wennebostel (bei Hannover) den aktuellen Anforderungen anzupassen (siehe Kasten rechts).

Mit den Worten „Wir freuen uns, dass wir das Geschäftsjahr 2007 erneut mit einem zweistelligen Umsatzwachstum abgeschlossen haben“, begann Volker Bartels, Sprecher der Unternehmenslei-

tung und Geschäftsführer Produktion und Logistik, seinen Teil des Programms. Der Umsatz der Sennheiser-Gruppe stieg laut Bartels gegenüber 2006 um 10,9 Prozent auf insgesamt 395,3 Millionen Euro. Im gleichen Zeitraum kletterte der Ertrag um 19,8 Prozent von 16,9 auf 20,2 Millionen Euro. „Alle Sennheiser-Märkte weltweit haben sich sehr positiv entwickelt“, so Bartels. Insbesondere der konsequente Ausbau des internationalen Vertriebsnet-

zes und die Erschließung weiterer Märkte hätten zu dem positiven Jahresergebnis beigetragen. Die positive Entwicklung des Unternehmens spiegelte sich auch in der steigenden Mitarbeiterzahl wider: 2007 erhöhte sich die Anzahl der Beschäftigten um 6,7 Prozent auf durchschnittlich 1.976



Prof. Dr. Jörg Sennheiser



Volker Bartels

über 20 Millionen Euro für die kommenden Jahre an. Dieser Betrag soll dazu eingesetzt werden, das bestehende Produktionsgelände in Wennebostel (bei Hannover) den aktuellen Anforderungen anzupassen (siehe Kasten rechts).

Erster drahtloser Stereo-Ohrhörer ist jetzt lieferbar

Der erste drahtlose Stereo-Ohrhörer MX W1 von Sennheiser steht dem Handel jetzt europaweit zur Verfügung. „Wir freuen uns, dieses kabellose Stereo-Ohrkanalhörersystem mit herausragender Klangqualität auf den Markt zu bringen“, sagte Stijn Jans, Managing Director der Sennheiser Consumer Electronic GmbH, Singapur. „Die Technologie von Kleer, die ohne Kompression und damit ohne Audioverluste arbeitet, war für die Realisierung des MX W1 entscheidend.“ Der MX W1 „verpackt“ die digitale Funkübertragungstechnologie in einen kleinen Sender und zwei separate Ohrhörer und kombiniert diese mit neuen Sennheiser-Wandlern. Das Twist-to-fit-System sorgt für sicheren und bequemen Sitz im Ohr, ein Transport-Case mit integrierter Batterie ermöglicht schnelles Aufladen. „Unsere Kunden und Partner erwarten von uns Produkte, die dem neuesten Stand der Technik entsprechen“, erklärte Sennheiser-Produktmanager Sven Wilhelmsen. Mit dem MX W1 werde Sennheiser diesen Erwartungen mehr als gerecht, denn Ohrhörer ohne störendes Kabel stünden schon lange ganz oben auf der Wunschliste technologiebegeisterter Musikfans.



erklärte Sennheiser-Produktmanager Sven Wilhelmsen. Mit dem MX W1 werde Sennheiser diesen Erwartungen mehr als gerecht, denn Ohrhörer ohne störendes Kabel stünden schon lange ganz oben auf der Wunschliste technologiebegeisterter Musikfans.

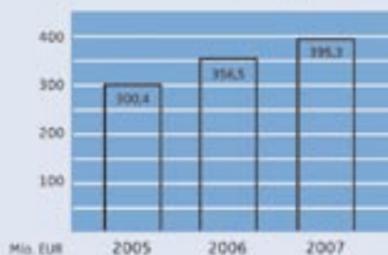


So wie auf dieser Graphik soll später einmal das neue Sennheiser Kundenzentrum aussehen.

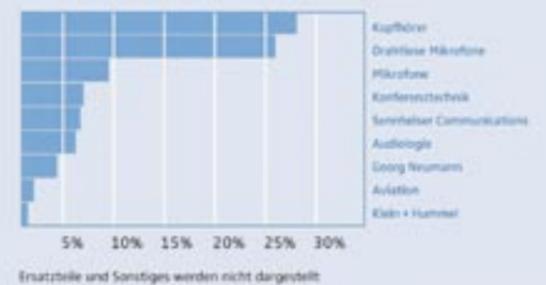
Sennheiser will über 20 Millionen Euro am Standort Wennebostel investieren

„Die stetig wachsenden Aufgaben und die dadurch steigende Mitarbeiterzahl machen eine Erweiterung unserer Unternehmenszentrale notwendig“, erklärte Prof. Dr. Jörg Sennheiser, Vorsitzender des Aufsichtsrats auf der Jahrespressekonferenz. Der Audiospezialist wird deshalb seine Unternehmenszentrale am Standort Wennebostel ausbauen: Das Firmengelände Sennheisers wird um ein Produktions- und Technologiezentrum sowie ein Kundenzentrum erweitert. Insgesamt sollen bis 2011 über 20 Millionen Euro investiert werden. Die Baumaßnahmen beginnen im November und sind ein klares Bekenntnis des international agierenden Familienunternehmens zum Firmensitz in der Wedemark. In dem neuen Technologie- und Produktionsgebäude, das als erstes Projekt starten wird, werden auf zwei Ebenen rund 5.000 Quadratmeter Produktionsfläche entstehen, die je nach Bedarf und Auftragslage flexibel eingeteilt werden können. Umliegende Büroräume können diesen frei zugewiesen werden. An der Erstellung des ersten Layouts waren neben der Unternehmensleitung und dem Betriebsrat auch Sennheiser-Mitarbeiter unterschiedlicher Abteilungen beteiligt. So konnten Erfahrung und Wissen verschiedenster Disziplinen von Anfang an in die Entwürfe integriert werden. Nach der Fertigstellung des Produktions- und Technologiezentrums entsteht am Eingang zum Firmengelände ein Kundenzentrum. Mit ihm soll ein repräsentatives Umfeld geschaffen werden, das die Marke Sennheiser am Stammsitz erlebbar macht. „Klanginseln“, um Besucher auf das Thema Akustik einzustimmen, und eine Sennheiser-Bühne zur Produkterprobung in der Anwendung zählen zu ersten Gestaltungsideen für das Kundenzentrum. „Durch die Erweiterung der bestehenden Architektur in Wennebostel werden alle Unternehmensfunktionen in der Firmenzentrale enger zusammenarbeiten und schneller miteinander kommunizieren können“, so Volker Bartels, Sprecher der Unternehmensleitung und Geschäftsführer Produktion und Logistik. Nicht zuletzt geht es natürlich auch darum, für Sennheiser-Mitarbeiter und internationale Besucher gleichermaßen ein zukunftsorientiertes und attraktives Umfeld zu schaffen.

Umsatz Sennheiser-Gruppe



Umsatz nach Produktgruppen

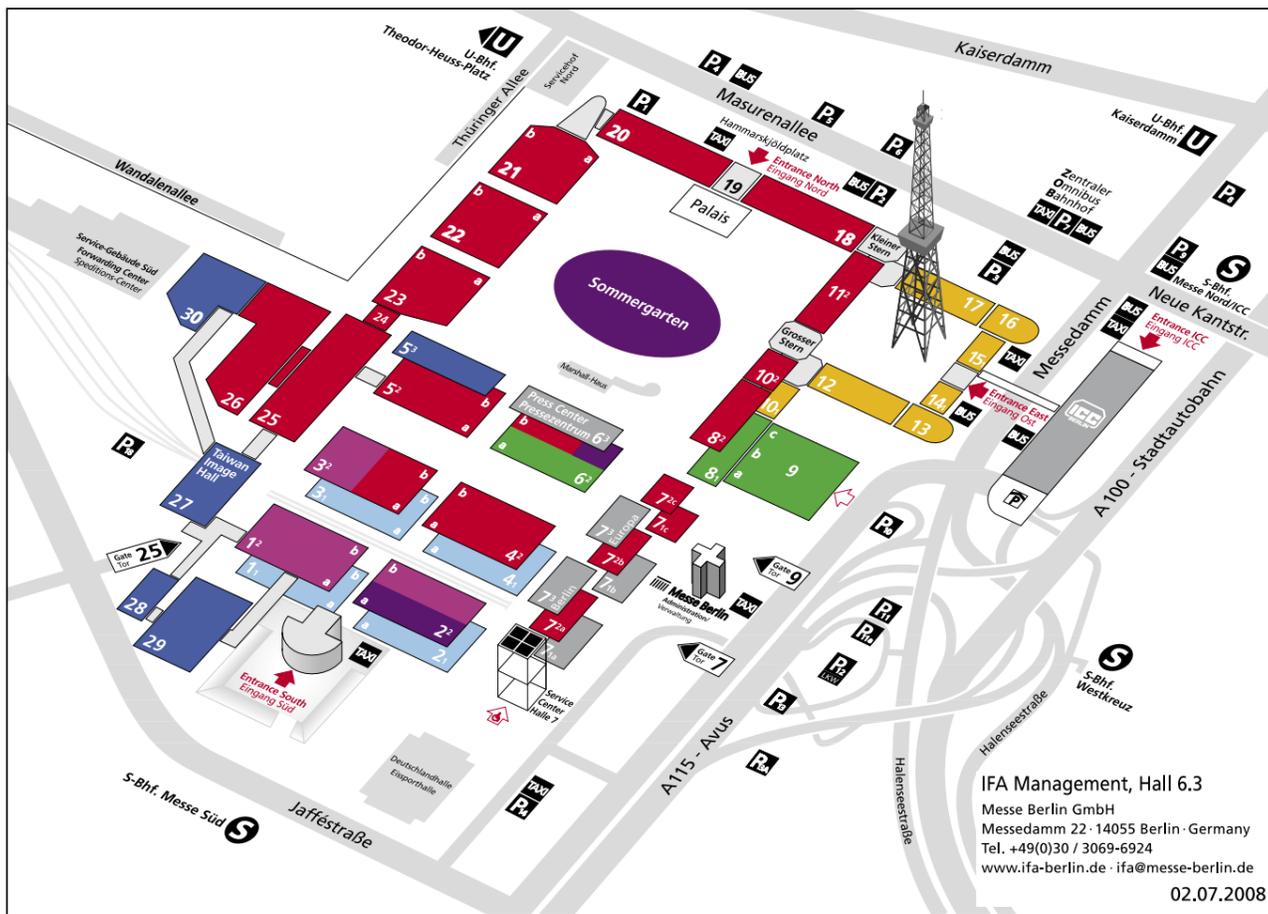


Mitarbeiter weltweit. Davon arbeiten 1.099 in Deutschland. Zum erfolgreichen Jahresabschluss trugen nach den Worten Bartels' alle Industriebereiche der Sennheiser-Gruppe bei; Spitzenreiter war das Kopfhörersegment mit einem Umsatzwachstum von 19,7 Prozent. Mit insgesamt 111,7 Millionen Euro nahm dieses Produktsegment den größten Anteil, 28,3 Prozent, am Umsatz der Sennheiser-Gruppe ein. „Dieses hervorragende Ergebnis wurde durch den anhaltenden Wach-

tumstrend des Konsumerbereichs und die weltweite Marktentwicklung im Bereich mobiler Musik positiv beeinflusst“, erklärte Bartels. „Auch das Produktsegment Drahtlostechnik verzeichnete kontinuierliche Zuwachsraten.“ Als zweitstärkster Bereich mit 102,9 Millionen Euro Umsatz erzielten drahtlose Mikrofone eine Steigerung von 9,2 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Die nächstgrößten Umsatzanteile hielten drahtgebundene Mikrofone mit 37,5 Millionen Euro,

Konferenztechnik mit 27,6 Millionen Euro, Audiologie mit 25,0 Millionen Euro und Aviation mit 8,7 Millionen Euro. Der Umsatz der Sennheiser-Gruppe mit Telekommunikationsprodukten des Joint Ventures Sennheiser Communications wuchs um erfreuliche 22,4 Prozent auf 26,3 Millionen Euro. Die Produktsegmente Georg Neumann und Klein + Hummel steuerten einen Umsatz von 17,6 Millionen Euro bzw. 2,7 Millionen Euro zum Gesamtergebnis der Sennheiser-Gruppe bei.

IFA-GUIDE 2008



-  **IFA Home Entertainment**
TV · DVD · Home Cinema · Home Server & Recorder
-  **IFA Audio Entertainment**
HiFi · Loudspeakers · Special: High Performance Audio
-  **IFA Home Appliances**
Large Household Appliances · Small Electric Domestic Appliances · Built-In Kitchen Units · Electric Domestic Heating Systems
-  **IFA My Media**
Imaging · Photo · Video · MP3 · Computing · Games · Memory Solutions
-  **IFA Public Media**
TV-Station s · Radio · Public Music & Video Areas · Professional Media
-  **IFA Communication**
Telecommunication · Cable · Mobiles · Navigation · IP · Net Solutions · Antennas
-  **IFA Technology & Components**
Suppliers · Semiconductors · International Halls · Special: Science and Technology Forum (TWF)

IFA Retail Partners



Berlin, 29. August – 3. September 2008

gfu Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik

Messe Berlin

Kurz und bündig

Die IFA ist die weltweit wichtigste Publikums- und Ordermesse für Consumer Electronics und Elektrohausgeräte. Auf diesem einzigartigen Business-Event präsentieren sich alle bedeutenden Marken der Consumer Electronics. Als Schaufenster für Innovationen und zukunftsweisende Technologien – ergänzt durch ein spektakuläres Entertainment-Programm – zieht die IFA jährlich Tausende von Besuchern aus aller Welt in ihren Bann.

Verschaffen auch Sie sich einen Marktüberblick, treffen Sie Experten aus der Branche und lassen Sie sich von aktuellen Themen und Trends inspirieren.

Messedauer und Öffnungszeiten

29. August bis 3. September 2008,
10.00–18.00 Uhr

IFA-Ticketshop

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 bekommen Sie eine E-Mail mit Ihrem Ticket im PDF-Format als Anhang, das nur noch ausgedruckt werden muss!

Ticketpreise für Fachbesucher:

Im Vorverkauf:

Tageskarte 30 Euro / 2-Tages-Ausweis 43 Euro

An der Tageskasse:

Tageskarte 35 Euro / 2-Tages-Ausweis 52 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: Ticketpreis, 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 den Auslandsvertretungen der Messe Berlin 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 zur Verfügung stehen

Kostenloser Shuttle-Service

Flughafen Tegel – Messegelände, P+R Olympiastadion – Messegelände sowie auf dem IFA-Messegelände: Ein Fachbesucher-Shuttle begleitet die 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.

Home Entertainment

TV-Geräte

Acer Computer GmbH
Axdia International GmbH
Clatronic International GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Funai Europe GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Harman Kardon
Hauppauge Computer Works GmbH
Humax Digital GmbH
JVC Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
MAS Elektronik AG
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Panasonic Marketing Europe GmbH
Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
Polaroid GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Sony Deutschland GmbH
soundmaster – Wörlein GmbH
Tatung Netherlands B.V.
Toshiba Europe GmbH

Projektoren

Acer Computer GmbH
Canon Deutschland GmbH
Epson Deutschland GmbH
JVC Deutschland GmbH

LG Electronics Deutschland GmbH
Mitsubishi Electric Europe B.V.
Packard Bell Deutschland GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Sony Deutschland GmbH
Toshiba Europe GmbH

Personal Video Recorder

Archos Deutschland GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Evestar GmbH
Humax Digital GmbH
Loewe AG
Philips GmbH
Sony Deutschland GmbH

DVD/HDD Player/Recorder

Archos Deutschland GmbH
Axdia International GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Denon
Evestar GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Funai Europe GmbH
Grundig Intermedia GmbH

Harman Kardon
Humax Digital GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
LeXXum GmbH
Loewe AG
MAS Elektronik AG
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH
NextBase GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
Revel Sun Audio
Revox GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Sony Deutschland GmbH
soundmaster – Wörlein GmbH
Toshiba Europe GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH

Mediacenter

aiBienta
Evestar GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Gravis Computervertriebsges. mbH
Humax Digital GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Samsung Electronics GmbH

Sonoro Audio GmbH & Co. KG
Sony Deutschland GmbH

Sat-Receiver

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
Samsung Electronics GmbH
Stabo Elektronik GmbH
Strong Deutschland GmbH

DVB-T Receiver

Aiptek International GmbH
Archos Deutschland GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Evestar GmbH
Funai Europe GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Humax Digital GmbH
LeXXum GmbH
Loewe AG
Philips GmbH
Samsung Electronics GmbH
Stabo Elektronik GmbH
Strong Deutschland GmbH
TerraTec Electronic GmbH

Wireless LAN

dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH Medion AG
Philips GmbH
Sonoro Audio GmbH & Co. KG

Zubehör

ALAN Electronics GmbH
Archos Deutschland GmbH
Christian Schwaiger GmbH
Clatronic International GmbH
DEJA GmbH
Dream Multimedia GmbH
Enox GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Harman Kardon
Hauppauge Computer Works GmbH
in-akustik GmbH & Co. KG
JVC Deutschland GmbH
Loewe AG
Macro Systems Digital Video AG
Magnat Audio Produkte GmbH
Monster Europe Ltd.
Oehlbach Kabel GmbH
One for All GmbH
Pataco GmbH
Philips GmbH
Plus X Award
PURE Digital
Raidsonic Technology GmbH
Reel Multimedia Vertriebs GmbH
Schnepel GmbH & Co. KG
Sonoro Audio GmbH & Co. KG
Sony Deutschland GmbH
Techtrade import-Export GmbH
Vivanco Gruppe AG

Audio Entertainment

Portable Audio

AKG Acoustics GmbH
Archos Deutschland GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
DGH Großhandel
dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH
Emtec division of dexxon group
Gravis Computervertriebsges. mbH
Grundig Intermedia GmbH
Hama GmbH & Co. KG
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LeXXum GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Magnat Audio Produkte GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
PURE Digital
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Sony Deutschland GmbH
Sonoro Audio GmbH & Co. KG
soundmaster – Wörlein GmbH
Teac Europe GmbH
TerraTec Electronic GmbH

Surround

ALAN Electronics GmbH
Boston Acoustics Germany GmbH
Canton Elektronik GmbH & Co. KG
Daewoo Electronics Europe GmbH
Denon
in-akustik GmbH & Co. KG
Grundig Intermedia GmbH
Harman Kardon

Heco Audio Produkte GmbH
JBL
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LeXXum GmbH
Loewe AG
Magnat Audio Produkte GmbH
Medion AG
Onkyo Europe Electronics GmbH
Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
Polaroid GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Sherwood
Sony Deutschland GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH

Lautsprecher

Adam Audio GmbH
Behringer International GmbH
Canton Elektronik GmbH & Co. KG
Clatronic International GmbH
Denon
dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH
ELAC Electroacoustic GmbH
Evestar GmbH
Gravis Computervertriebsges. mbH
Grundig Intermedia GmbH
Harman Kardon
in-akustik GmbH & Co. KG
Infinity
JBL
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG

Magnat Audio Produkte GmbH
MAS Elektronik AG
Pataco GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
Revel Sun Audio
Revox GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sony Deutschland GmbH
soundmaster – Wörlein GmbH
TerraTec Electronic GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH

DAB

ALAN Electronics GmbH
Denon
JVC Deutschland GmbH
Media Broadcast GmbH
PURE Digital

CD

Denon
Grundig Intermedia GmbH
Harman Kardon
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Magnat Audio Produkte GmbH
Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
soundmaster – Wörlein GmbH
Teac Europe GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH

DVD

Audiovox GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Denon

Grundig Intermedia GmbH
Harman Kardon
JBL
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LeXXum GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Magnat Audio Produkte GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
Revox GmbH
Samsung Electronics GmbH
soundmaster – Wörlein GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH

DVD (HD/Blu-ray)

Daewoo Electronics Europe GmbH
Denon
Funai Europe GmbH
Grundig Intermedia GmbH
JVC Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Panasonic Marketing Europe GmbH
Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH

Car Entertainment

ALAN Electronics GmbH
Archos Deutschland GmbH
Boston Acoustics Germany GmbH
Brother International GmbH
Clatronic International GmbH

Daewoo Electronics Europe GmbH
dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH
Evestar GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Harman Kardon
Hauppauge Computer Works GmbH
JVC Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
PURE Digital
Sony Deutschland GmbH

Zubehör

Archos Deutschland GmbH
Behringer International GmbH
beyerdynamic GmbH & Co. KG
Denon
DGH Großhandel
Gravis Computervertriebsges. mbH
Hama GmbH & Co. KG
Harman/Becker Automotive Systems GmbH
in-akustik GmbH & Co. KG
JVC Deutschland GmbH
Kensington
Lexicon Sun Audio
Marantz
Mark Levinson-Sun Audio
Monster Europe Ltd.
Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH
Oehlbach Kabel GmbH
Olympia Business Systems Vertriebs GmbH
Pataco GmbH
Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
PURE Digital
Sonoro Audio GmbH & Co. KG
Sony Deutschland GmbH
Teac Europe GmbH
TerraTec Electronic GmbH
Vivanco Gruppe AG

Samsung: Vertriebskonzept mit exklusiven Vorteilen

AV-select Partnerprogramm

Im vergangenen Jahr hat sich der Trend hin zu größeren Displays weiter fortgesetzt. Darüber hinaus legen die Kunden zunehmend mehr Wert auf Design. Mit der Einführung der neuen Crystal Design-Serien wird Samsung diesen Trends gerecht und intensiviert gleichzeitig die Zusammenarbeit mit dem Fachhandel. Trainingsangebote, Promotions, Shop-in-Shop-Konzepte sowie das AV-select-Partnerprogramm sind aufeinander abgestimmt.

Anfang des Jahres präsentierte Samsung erstmalig das exklusive Partnerprogramm AV-select, in dessen Mittelpunkt zunächst die LCD-Fernseher der Serie 6 im neuen Crystal Design standen. Dieses Partnerprogramm baut Samsung nun kontinuierlich weiter aus. Das Crystal Design ist nicht nur ein neuartiges Design-Konzept, sondern Markenzeichen der Samsung High-End Produktfamilie.



Hans Wienands: „Jeder Händler, der die entsprechende Beratungsqualität bietet, kann AV-select-Partner werden.“

A Class of it's own

Beste Technik und bestes Design sowohl bei TV- als auch bei Audio-/Video-Produkten kennzeichnen die Geräte im Crystal Design als „a class of it's own“. Neben dem unverwechselbaren Design wird Samsung auch in der zweiten Jahreshälfte auf herausragende Technologie und innovative Funktionen setzen. Denn Samsung verfolgt weiterhin das Ziel, die Kunden in allen Belangen mit Produkten zufriedenzustellen, die Maßstäbe setzen,

begeistern und von denen die Partner im Fachhandel profitieren. Bei den Produktinnovationen setzt Samsung als führender Hersteller auch auf Nachhaltigkeit durch umweltfreundliche Produkte, Benutzerfreundlichkeit und Premium-Qualität, die Langlebigkeit garantiert. Zudem präsentiert Samsung mit Michael Ballack einen Markenbotschafter, der als erfolgsorientierter und technisch versierter Spitzensportler perfekt zu Samsung passt. Vom Werbeeffekt, der durch Michael Ballack erzielt wird, profitieren vor allem die Händler, die am Vertriebskonzept AV-select für ausgewählte Leaderprodukte teilnehmen.

Dieses Partnerprogramm, das Samsung für ausgewählte Händler in Deutschland entwickelt hat, bietet Vorteile für alle Beteiligten, vom Hersteller über den Handel bis hin zum Konsumenten. „Die Teilnahme am AV-select-Programm eröffnet Fachhändlern die Chance, sich durch die selektive Vermarktung der



hochwertigen Spitzenprodukte von Samsung, Top-Service und effiziente Werbung von der Konkurrenz abzuheben und gute Geschäfte zu machen“, sagt Hans Wienands, Business Director CE bei Samsung Electronics.

Das Beste im AV-select-Programm

Nur für ausgewählte AV-select-Partner gibt es das jeweils Beste, was Samsung CE zu bieten hat. Zum Auftakt des Vertriebskonzepts verfügten allein die AV-select-Händler über ausgewählte Full-HD-LCD-Fernseher der Crystal Design-Serie. Dabei erfolgt die Auswahl der Distributionskanäle nach Leistungskriterien, um eine hohe Beratungsqualität sicherzustellen und durch die erhöhte Servicequalität für zufriedene Kunden

Das aufwendige, beim Crystal-Design angewandte Doppel-Injektions-Verfahren erzeugt bei den neuen Samsung LC- und Plasma-Display-Serien die changierenden Lichteffekte im Rahmen durch das Ineinanderdelaufenlassen zweier Farben.

Crystal Design: Ein ausgezeichnetes und umweltfreundliches Produkt



Bei allen seinen Produkten legt Samsung besonderen Wert auf eine ökologische Fertigung der Geräte. Die umweltfreundliche Herstellung durch Double Injection Technologie verwendet keine Lacke und verursacht keine schädlichen Stoffe, weshalb die Displays mit der Umweltblume ausgezeichnet wurden.

zu sorgen. Dies sichert den AV-select-Partnern Handelsmargensicherheit und Preisstabilität. Alle teilnehmenden Fachhändler können zukünftig vom Ausbau des AV-select-Programms profitieren und neben TV-Neuheiten mit Top-Produkten aus dem Audio-Video-Bereich wie dem neuen Blu-ray-Player und Home-Theatre-Anlagen aufwarten.

Beratungsqualität

Wichtigste Voraussetzung für die Teilnahme an AV-select ist die Beratungsqualität der Partner. „Das können auch kleinere Händler sein, die am PoS einen exklusiven Platz für unsere AV-select-Produkte finden“, betont Hans Wienands. Zum Programm gehö-

ren umfangreiches Material zur Präsentation der Produkte, Verkaufsschulungen und eine intensive Betreuung der Händler – also alles, was den gemeinsamen Erfolg sichert. www.samsung.de

KERNEFAKTEN

- AV-select-Programm sichert Gewinnspannen
- Die Geräte sind beim teilnehmenden Fachhändler erhältlich
- Das Programm beinhaltet exklusive Modelle mit garantierter Verfügbarkeit
- Es wird ein hoher Werbedruck erzeugt und umfangreiche PoS Unterstützung geboten
- Verkaufsschulungen erhöhen die Beratungssicherheit
- Intensive Handelsbetreuung

Bei den Produktinnovationen setzt Samsung als führender Hersteller auch auf Nachhaltigkeit durch umweltfreundliche Produkte, Benutzerfreundlichkeit und Premium-Qualität, die Langlebigkeit garantiert. Michael Ballack als Werbebotschafter sorgt für Aufmerksamkeit am PoS.

Nachhaltigkeit

1. Produkte 2. Kommunikation 3. Konsument

Samsung: Content-Library und Internet kommen ins Fernsehen



Samsung setzt Zeichen im TV-Markt

Die Bedürfnisse und Ansprüche der Medien-Konsumenten haben sich in Zeiten von Mobilität und Web 2.0 auch auf den TV-Markt übertragen. Mit seinen Display-Serien 7 und 9 bringt Samsung Flat-TVs der nächsten Generation in den Handel.

Das Modell 750 (l.) wartet erstmals mit Multimedia-Content und RSS Feeds auf, während das Modell 780 (r.) mit „LED Local Dimming“-Technologie ausgestattet ist. Alle Geräte der Serie 7 verfügen über Full-HD, 100 Hz sowie das Ultra Clear Panel und sind neben „Rubinschwarz“ auch in „Tiefseeblau“ erhältlich.

Die Ansprüche der Verbraucher an TV-Displays gehen zwischenzeitlich weit über „das gute Bild“ hinaus. Aktuelle Informationen und Entertainment für jeden Geschmack sind hier ebenso gefragt wie ein hoher Qualitätsstandard, ansprechendes Design und Umweltschutz. Mit seinem „Crystal Design“ erfüllt Sam-

sung die neuen Displays der Serie 9. Erstmals ist jetzt ab September ein Display im Crystal Design auch in Carbonschwarz in den Größen 46 Zoll und 55 Zoll erhältlich.

Serie 9 – Top Level

Die in der Serie 9 zum Einsatz kommende LED Local Dimming Back-

light-Technologie spart bis zu 50 Prozent Strom ein. Im Gegensatz zu den quer hinter dem ganzen Bildschirm verlaufenden CCFL-Lichtrohren bilden beim LED Local Dimming LED-Lichtquellen ein Beleuchtungsfeld und erreichen einen Kontrastwert von 2.000.000:1.

Modell 750 als Plasma- und LC-Display

Das Modell 750 ist sowohl als LCD- sowie als Plasma-Gerät erhältlich. Die Plasma-Version verfügt über eine besonders hohe Bildqualität: Full-HD, Real 100 Hz, ein Kontrast von 1.000.000:1 und die Samsung Ultra FilterBright-Technologie sorgen für klaren, kontrastreichen Bildgenuss bei allen Lichtverhältnissen. Drei verschiedene Bild- und Soundmodi runden das Entertainment-Erlebnis ab.

Infotainment-Profis mit InfoLive

Auch für den Enter- und Infotainment-Bereich sind die neuen Displays der Serie 9 sowie das Modell 750 bestens gerüstet und läuten die Zukunft der High-Tech-Fernseher ein. Die Flat-TVs warten mit RSS Feeds (Really Simple Syndication; Service auf Webseiten, ähnlich einem Nachrichtenticker) und Multimedia-Inhalten auf. Die Displays zeigen mit der Ausstattung „InfoLife“ erstmals RSS Feeds aus dem Internet an. Mit „InfoLife“ lassen sich ganz einfach per Fernbedienung RSS (Really Simple Syndication) Feeds aus dem Internet laden, die dem Zuschauer jederzeit aktuelle Nachrichten, Börsenkurse und Wetterberichte auf seinem Bildschirm anzeigen. Samsung bedient sich dabei aus den Inhalten des Internet-Spezialisten Yahoo!. Weitere spannende Inhalte ohne Internet-Ver-

bindung liefert die „Content Library“.

Content Library

Hinterlegte Inhalte zu den Themen „Kochen“, „Spielen“, „Fitness“, „Foto-Galerie“ und „Kinder“ versorgen große und kleine Zuschauer mit nützlichen und unterhaltsamen Informationen und Anregungen. Auch diese Inhalte lassen sich ganz einfach über die Fernbedienung aufrufen. Wem die hinterlegten Angebote nicht ausreichen, der kann von der Samsung-Homepage per Computer weitere Bilder, Spiele oder Rezepte herunterladen und über die USB-Schnittstelle auf dem Fernseher anzeigen. Die USB-Schnittstelle „Wiselink Pro“ erlaubt dem Kunden den

Anschluss von Fotoapparaten, Camcordern oder MP3-Playern an den Fernseher, um so Fotos, Musik und Filme auf dem Fernseher abzuspielen. Zusätzlich sind die Displays der Serie 9 sowie das Modell 750 DLNA-fähig. DLNA ist eine Netzwerklösung, mit der man Multimedia-Inhalte des Computers auf einem Fernseher betrachten oder gleichzeitig auf verschiedenen Fernsehbildschirmen laden und abspielen kann. PC-Inhalte können per DLNA untereinander ausgetauscht werden. Das LCD-Modell 750 ist ab September in den Größen 40“, 46“ und 52“ im Handel erhältlich, das Modell 780 in 40“ und 46“ und der Plasma-TV 750 in den Größen 50“ und 63“. www.samsung.de



Die Serie 9 ist nicht nur in Sachen Design spitze. Mit der 100-Hz-Technologie berechnet das Display jeweils ein komplettes Zwischenbild. Ein Demodisplay für den Handel zeigt dem Kunden den Unterschied im direkten Vergleich. Full-HD, Ultra Clear Panel, DLNA, RSS-Feed und Multimedia-Inhalte ergänzen die Ausstattung.

sung alle gestellten Forderungen an moderne Geräte und eine moderne Fertigung. „Crystal Design“ besteht aus einzigartigen Strukturen und Materialien, die changierende Rahmen-Lichteffekte erzeugen. Je nach Betrachtungswinkel wechseln Erscheinungsbild und Farbnuancen. Erreicht wird dieser Effekt durch zwei ineinander verlaufende Farben. Diese besondere Kreation von Samsung besticht durch ausgereifte Details und eine Oberflächenästhetik, die nicht nur innovativ, sondern bisher auch einzigartig in der Unterhaltungselektronik ist. „Crystal Design“ gibt es in den Farben „Rubinschwarz“, „Tiefseeblau“ sowie „Carbonschwarz“. Eine Symbiose aus Luxus und Nachhaltigkeit

light-Technologie spart bis zu 50 Prozent Strom ein. Im Gegensatz zu den quer hinter dem ganzen Bildschirm verlaufenden CCFL-Lichtrohren bilden beim LED Local Dimming LED-Lichtquellen ein Beleuchtungsfeld und erreichen einen Kontrastwert von 2.000.000:1.

LED Backlight auch beim 780er

Bei dem Modell 780 setzt Samsung mit „LED Local Dimming“-Technologie ebenfalls seinen Trend zu höherer Bildqualität bei gleichzeitig steigender Energieeffizienz fort. Das Flat-TV, welches in den Größen 40“ und 46“ erhältlich ist, ist eben-



Mit RSS Feeds bringt Samsung erstmalig aktuelle News aus dem Internet auf den Fernseher. Wetterberichte, Aktienkurse und Nachrichten kann der Zuschauer dank einer Kooperation mit dem Internet-portal Yahoo! auf den Geräten 750 und denen der Serie 9 stets aktuell verfolgen.



Spiele und Lieder für Kinder, Kochrezepte, Bilder, Tips und Übungen für die persönliche Fitness liefert Samsung seinen Kunden jetzt frei Haus. Über die Fernbedienung lassen sich diese Unterhaltungselemente aufrufen und schaffen eine neue Fernseherlebniswelt unabhängig vom gesendeten Programm.

Samsung Blu-ray-Player mit HQV-Chip und CEC-Steuerung

Surround-Sound im Crystal Design

Mit dem Ziel, Geräte zu schaffen, welche die Sinne ansprechen und State-of-the-Art-Technik bieten, hat Samsung seine neue Heimkino-Anlage HT-TX715 entwickelt. Um wenig Kabel verlegen zu müssen, ist das Komplettsystem wireless-ready, womit die Lautsprecher auch per Funksignal angesteuert werden können. Der Blu-ray-Disc-Player BD-P2500 mit HQV-Chip verfügt über das BD-Profil 1.1 und lässt sich auf das BD-Live Profil (2.0) updaten.

Nachdem Samsung Anfang 2008 mit der HT-X710 bereits die erste 2.1-Heimkinoanlage im „Crystal Design“ vorgestellt hat, legen die Koreaner nun nach und präsentieren mit der HT-TX715 eine Premium 5.1 „Crystal Design“-Anlage mit DVD-Player. Mit insgesamt 800 Watt Leistung (133 W x 5, 135 W), Dolby Digital 5.1, Dolby Prologic II und dts. 5.1 hat das Komplettsystem genügend Kraftreserven, um sowohl in leisen Passagen für eine klare Wiedergabe zu sorgen als auch bei virtuellen Musikstücken oder actiongeladenen Szenen mit kräftigem Sound zu überzeugen.

Sound ohne Kabel

5.1-Surround-Sound kann auch derjenige genießen, der zu den hinteren Lautsprechern keine Kabel verlegen möchte. Die HT-TX715 ist darauf vorbereitet, ihre Rear-Lautsprecher im rückwärtigen

der Anynet+ Funktion lassen sich zudem bis zu zehn CEC-fähige (Consumer Electronics Control) Geräte über die HDMI-Schnittstelle mit nur einer Fernbedienung ansteuern.

Technik und Design

„Konnektivität ist eine wesentliche Eigenschaft im Heimkino-Segment“, erklärt Mike Henkelmann, Produkt Marketing Manager DAV bei Samsung. „Wir bieten unseren Kunden mit unseren Home Theater Systemen nicht nur vielfältige und zum Teil kabellose Verbindungen zu anderen elektronischen Geräten, sondern sorgen mit unserem Crystal Design dafür, dass sich unsere Produkte auch optisch ergänzen. Mit der HT-TX715 Heimkino-Anlage unterstreichen wir unseren Anspruch, hochwertige Technologie mit anspruchsvollem Design zu verbinden.“ Dass Samsung neben



Daneben unterstützt der Chip auch die Wiedergabe von Filmen auf DVD-ROM, DVD-R und DVD-RW, die durch die DVD-Upconversion-Funktion des Players in HD-Qualität gezeigt werden. Aufgrund seiner Kompatibilität zu CD, CD-R und CD/RW eignet sich der Blu-ray-Player ebenso für die Musikwiedergabe. Dazu unterstützt das Gerät alle wichtigen Formate wie Dolby Digital, Dolby Digital Plus, DTS als auch DTS HD und Dolby TrueHD.

Zu schön, um wegzusehen, sind die neuen AV-Komponenten von Samsung. Gleichzeitig präsentieren sich die Heimkinoanlagen im gleichen Design wie die TV-Displays, so dass sich ein einheitliches Gesamtbild ergibt. Dass die Geräte nebenbei mit aktueller Technik versehen sind, gerät da beinahe zur Nebensache.



Der Blu-ray Disc-Player BD-P2500 ist mit einem HQV-Chip für beste Bildqualität ausgestattet und verfügt über das BD-Profil 1.1, das per Upgrade auf das BD-Live Profil (2.0) aufgerüstet werden kann. Darüber hinaus ist das Gerät mit einem Ethernet- und USB 2.0-Anschluss ausgestattet.



Samsungs neue Premium 5.1-Heimkino-Anlage HT-TX715 im Crystal Design sorgt mit 800 Watt Leistung für satten Sound. Mit der 1.080p Upscaling-Funktion des DVD-Players wird das übertragene Bild in Full-HD-Qualität angezeigt. Bei Bedarf können die Rücklautsprecher per Funk gesteuert werden.

gen Bereich der Zuhörer über einen optionalen Receiver SWA-4000 per Funk anzusteuern. So entfallen die sonst üblichen Kabel. Lediglich eine Steckdose für den Receiver in der Nähe der Box ist für den Betrieb vonnöten.

Die vielfältigen Anschlüsse des Heimkinosystems machen die Anlage zur Multimedia-Zentrale. So ermöglicht der Bluetooth-Anschluss das unkomplizierte Abspielen von MP3- und WMA-Dateien von anderen Geräten wie dem Handy oder Samsungs Bluetooth MP3-Playern. Mit Hilfe

Sound- und Displaytechnologie auch die Bildwiedergabe beherrscht, zeigt das Unternehmen mit seinem neuesten Blu-ray-Player BD-P2500.

Blu-ray-Player mit HQV-Videoprozessor

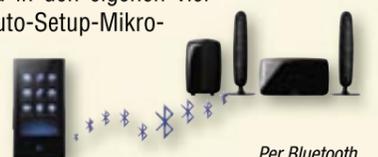
Das Gerät ist mit einem HQV-Chip für eine sehr gute Bildqualität ausgestattet. Der HQV-Chip, das Herzstück des Premiumplayers, ist ein leistungsstarker Video-Prozessor, der Blu-ray-Filme in bestmöglicher Qualität zeigt.

BD-Live fähig

Der neue Player ist bereits mit dem BD-Profil 1.1 „BD-ready“ ausgestattet und unterstützt damit Funktionen wie Bild-in-Bild-Darstellung (PIP) und das zusätzliche Einblenden von Kommentaren. Durch ein einfaches Software-Upgrade kann der Player mit dem BD Profil 2.0 zum vollwertigen BD-Live Blu-ray-Player nachgerüstet werden. Die BD-Live-Funktion erlaubt den Zugriff auf Trailer, Zusatzinformationen zu Schauspielern, Regisseuren oder Dokumentationen im Internet über einen mit dem Netzwerkanschluss verbundenen Router. Der Blu-ray-Player BD-P2500 ist mit Samsungs Anynet+-Technologie (HDMI-CEC) ausgestattet. So lassen sich an das Gerät angeschlossene CEC-fähige (Consumer Electronics Control) Geräte über die HDMI-Schnittstelle mit nur einer Fernbedienung ansteuern. Um technisch auf dem neuesten Stand zu bleiben, lässt sich das Gerät per Ethernet- oder USB-Anschluss updaten.

Technologie-Highlights AV-Systeme

ASC (Auto Sound Calibration). Um den Klang der Samsung-Heimkinoanlagen optimal an die jeweiligen Wohnverhältnisse anzupassen, stellt Samsung für seine Home-Cinema-Anlagen ein Optimierungs-Tool bereit: ASC (Auto Sound Calibration). In nur 15 Sekunden wird dabei der Sitzplatz des Zuhörers zur idealen Hörposition für ein optimales Klangerlebnis. Auf Knopfdruck ist ASC darauf programmiert, die komplizierten Variablen für Platzierung und Einstellung automatisch zu berechnen. Anschließend stellt die Funktion die Pegel, den Ton und die Lautstärke der einzelnen Lautsprecher auf die akustischen Bedingungen der Räumlichkeiten des Anwenders ein. So entsteht ein optimaler Surround-Sound in den eigenen vier Wänden. Zur Einrichtung wird das Auto-Setup-Mikrofon an die Heimkinoanlage angeschlossen. Anschließend betätigt man die Auto-Sound-Calibration-Taste auf der Fernbedienung, und das System misst sich selbständig auf die Hörposition ein.



Per Bluetooth schickt der Anwender seine Musik vom MP3-Player auf die Surroundanlage.

Wireless Ready und Bluetooth. Bei Samsung Wireless-Ready-Heimkinoanlagen können die hinteren Lautsprecher kabellos via Funk mit Audiosignalen versorgt werden. Herzstück dabei ist ein Wireless-Modul, das die Surround-Signale im hinteren Bereich des Raumes entgegennimmt und anschließend an die hinteren Lautsprecher weiterleitet. Das Verlegen langer Lautsprecherkabel für die Effekt-Lautsprecher gehört somit endlich der Vergangenheit an. Die neueste Generation der Samsung Heimkinoanlagen enthält eine Bluetooth-Schnittstelle, die es ermöglicht, den Sound eines MP3-Players über eine Heimkinoanlage zu genießen.



Stellen Sie sich vor: Begeisternde Technik. Kunstvolles Design.

Das einzigartige Crystal Design der Full HD LCD TV Serien vereint außergewöhnliche Materialien und Technik in Form und Farbe zu einem einzigartigen Kunstwerk. Das edle und erstmals von Samsung eingesetzte Material lässt den Rahmen überraschend lebendig erscheinen und erzeugt Farbeffekte von unnachahmlicher Schönheit. Und mit seiner modernen Technik kann man sogar ganz ohne PC via RSS-Technologie aktuellste Informationen aus dem Internet auf dem Bildschirm abrufen. Erleben Sie, wie verführerisch Design und Spitzentechnologie sein kann. Mit einem Samsung LCD TV mit Full HD ist eben alles vorstellbar. *imagine*
www.samsung.de



Communication

Mobiltelefone

Brightpoint Germany GmbH
 DGH Großhandel
 Grundig Intermedia GmbH
 LG Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
 Samsung Electronics GmbH
 Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
 Sharp Electronics (Europe) GmbH
 Toshiba Europe GmbH

Handy-TV

LG Electronics Deutschland GmbH
 Media Broadcast GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
 Samsung Electronics GmbH
 Sharp Electronics (Europe) GmbH

Festnetz

DeTeWe
iDECT

IVS Industrievertretung Schweiger GmbH
Motorola
 Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
Swissvoice
TOPCOM

VoIP

Hama GmbH & Co KG
IVS Industrievertretung Schweiger GmbH
Motorola
 Panasonic Marketing Europe GmbH
 Philips GmbH
TOPCOM

DECT

DeTeWe
iDECT
IVS Industrievertretung Schweiger GmbH
Motorola
 Panasonic Marketing Europe GmbH

Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
Swissvoice
TOPCOM

Freisprechanlagen

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

Distributor

Brightpoint Germany GmbH
 ENO Telecom GmbH

Webcams

Axdia International GmbH
 Emtec division of dexxon group
 Fujitsu Siemens Computers GmbH
 Hama GmbH & Co KG
 Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH
 Pataco GmbH

Philips GmbH
 TerraTec Electronic GmbH

Navigation

Audiovox GmbH
Binatone
 Daewoo Electronics Europe GmbH
 Falk Marco Polo Interactive GmbH
 Fujitsu Siemens Computers GmbH
 Funkwerk Dabendorf GmbH
 Garmin Deutschland GmbH
 Hama GmbH & Co KG
 Harman/Becker Automotive Systems GmbH
 Harman Kardon
 iPublish Ganske Interactive Publishing GmbH
 JVC Deutschland GmbH
 Kenwood Electronics Deutschland GmbH
 LG Electronics Deutschland GmbH
 My Guide GmbH

Navigon AG
Plus X Award - Hall of Fame
 Sanyo Component Europe GmbH
 TomTom International Sales BV

Zubehör

ALAN Electronics GmbH
 Axdia International GmbH
DeTeWe
 DGH Großhandel
 Funkwerk Dabendorf GmbH
 Gravis Computervertriebsges. mbH
 Hama GmbH & Co KG
IVS Industrievertretung Schweiger GmbH
Motorola
 Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH
 My Guide GmbH
 Philips GmbH
 Polaroid GmbH
 PURE Digital
 Sanyo Component Europe GmbH
 Stabo Elektronik GmbH
Swissvoice
 T-Mobile Deutschland GmbH
TOPCOM

My Media

Digitalkameras

Canon Deutschland GmbH
 DGH Großhandel
 dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH
 Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH
 Olympus Deutschland GmbH
 Panasonic Marketing Europe GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
 RCP-Technik GmbH & Co. KG
 Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
 Sony Deutschland GmbH

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

MP3-Player

Archos Deutschland GmbH
 Axdia International GmbH
 Daewoo Electronics Europe GmbH
 dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH
Evestar GmbH
 Fujitsu Siemens Computers GmbH
 Gravis Computervertriebsges. mbH
 Grundig Intermedia GmbH
 Hama GmbH & Co KG
 Lextronix
 LeXXum GmbH
 LG Electronics Deutschland GmbH
 Magnat Audio Produkte GmbH

Medion AG
 Philips GmbH
 Samsung Electronics GmbH
 Sonoro Audio GmbH & Co. KG
 Sony Deutschland GmbH
 Transcend Information Trading GmbH

E-Bilderrahmen

Aiptek International GmbH
DeTeWe
 dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH
Evestar GmbH
 Hama GmbH & Co KG
 NextBase GmbH
 Philips GmbH
 soundmaster-Wörlein 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
 Toshiba Europe GmbH

Monitore

Audiovox GmbH
 Fujitsu Siemens Computers GmbH
 LG Electronics Deutschland GmbH
 Panasonic Marketing Europe GmbH
 Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
 Samsung Electronics GmbH
 Sharp Electronics (Europe) GmbH
 Tatum Netherlands B.V.

Drucker

Canon Deutschland GmbH
 Epson Deutschland GmbH
 Gravis Computervertriebsges. mbH
 Samsung Electronics GmbH

Digitale Diktiergeräte

dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH
 Olympus Deutschland GmbH
 Philips GmbH

Bilddienstleistung

CeWe Color AG & Co. OHG

Zubehör

Archos Deutschland GmbH
 beyerdynamic GmbH & Co. KG
 Canon Deutschland GmbH
 DGH Großhandel
 dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH
 Emtec division of dexxon group
 Fujitsu Siemens Computers GmbH
 Funware Products GmbH
 Gravis Computervertriebsges. mbH
 Hama GmbH & Co KG
 Kensington
 Lexicon Sun Audio
 Metz-Werke GmbH & Co. KG
 Monster Europe Ltd.
 Oehlbach Kabel GmbH
 Philips GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
 Sanyo Component Europe GmbH
 Technotrade Import-Export GmbH

Wichtige Aussteller nach Hallen

Halle 1	
Adam Audio GmbH	2/104
Audiovox GmbH	2/110
beyerdynamic GmbH & Co. KG	2/123
Boston Acoustics Germany GmbH	2/102
Canton Elektronik GmbH & Co. KG	2/107
Denon	2/102
Elac Electroacoustic GmbH	2/109
Heco Audio-Produkte GmbH	2/110
Kenwood Electronics Deutschland GmbH	2/105
Magnat Audio Produkte GmbH	2/110
Marantz	2/102

Oehlbach Kabel GmbH	2/119
Onkyo Europe Electronics GmbH	2/116
Revox GmbH	2/133
Teac Europe GmbH	2/112
Yamaha Electronik Europa GmbH	2/106
Halle 2	
Aiptek International GmbH	2/121
ALAN Electronics GmbH	2/107
Christian Schwaiger GmbH	2/124
Media Broadcast GmbH	2/112
PURE Digital	2/111
Sonoro Audio GmbH & Co. KG	2/110

Halle 3	
Clatronic International GmbH	1/203
EK/servicegroup eG	1/101
Funai Europe GmbH	2/123
JVC Deutschland GmbH	2/104
LeXXum GmbH	2/106
Sharp Electronics (Europe) GmbH & Co. KG	1/101
Vivanco Gruppe AG	2/107
Halle 4	
Sony Deutschland GmbH	2

Halle 5	
JVC Deutschland GmbH	2/104
Panasonic Marketing Europe GmbH	2/a, b
Halle 6	
Loewe AG	2/201
T-Mobile Deutschland GmbH	2/101
Halle 7	
Daewoo Electronics Europe GmbH	2b/101
ElectronicPartner GmbH	1c
Expert AG	2a/106

Hama GmbH & Co KG	2c
Monster Europe Ltd.	2c
	
Plus X Award - Hall of Fame 1c	
Halle 9	
Brightpoint Germany GmbH	207
DeTeWe	101 A
ENO Telecom GmbH	101
Falk Marco Polo Interactive GmbH	312
Funkwerk Dabendorf GmbH	313
Garmin Deutschland GmbH	202

Wichtige Aussteller nach Hallen

Halle 9	Halle 10	Halle 14	Halle 18	Halle 22
iDECT 101 A imaging+foto-contact 101 iPublish Ganske Interactive Publishing GmbH 308	Medion AG 2/101 Monster Europe Ltd. 2/R. Madrid	alBienta 1/103 Artwizz GmbH 1/102 Behringer International GmbH 1/110 CeWe Color AG & Co. OHG 1/116	Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH 101 Olympus Deutschland GmbH 102 Polaroid GmbH 107 RCP-Technik GmbH & Co. KG 103	Philips GmbH
DeTeWe MOTOROLA swissvoice TOPCOM	Halle 11 LG Electronics Deutschland GmbH 2/101-103	Halle 15 DEJA GmbH 1/105 dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH 1/108a Emtec division of dexxon group GmbH 1/102 Transcend Information Trading GmbH 1/101 Verbatim GmbH 1/113	Halle 20 Samsung Electronics GmbH 101	Halle 23 Euronics Deutschland GmbH a/102 Grundig Intermedia GmbH b
IVS Industrievertretung Schweiger GmbH 101 A MBA Marken-Vertriebs GmbH 101 Motorola 101 A My Guide GmbH 201 Navigon AG 203 Olympia Business Systems Vertriebs GmbH 105 PoS-MAIL 101 Reel Multimedia Vertriebs GmbH 101 Sherwood 101 Stabo Elektronik GmbH 101 Swissvoice 101 A Technotrade Import-Export GmbH 104 TomTom International BV 311 TOPCOM 101 A	Halle 12 Acer Computer GmbH 103 EVESTAR Evestar GmbH 113 Funware Products GmbH 123 Hauppauge Computer Works GmbH 102 MAS Elektronik AG 122 NextBase GmbH 114 Packard Bell Deutschland GmbH 118 Pataco GmbH 105 Raidsonic Technology GmbH 109 Tobit Software AG 110	Halle 16 Canon Deutschland GmbH 101	Halle 21 Epson Deutschland GmbH b/103 Metz-Werke GmbH & Co. KG 102 TerraTec Electronic GmbH b/103 Toshiba Electronics Europe GmbH a/101	Halle 25 in-akustik GmbH & Co. KG 121 One for All GmbH 108 Schnepel GmbH & Co. KG 104 soundmaster-Wörlein GmbH 112 Tatung Netherlands B.V. 102 Toshiba Europe GmbH
	Halle 13 Fujitsu Siemens Computers GmbH 101	Halle 17 Archos Deutschland GmbH 113 Axdia International GmbH 105 Brother International GmbH 104 DGH Großhandel 110 Gravis Computervertriebsges. mbH 109 Macro Systems Digital Video AG 115	Halle 26 Dream Multimedia GmbH 105 Enox GmbH 206 Humax Digital GmbH 103 Mitsubishi Electric Europe B.V. 101, 101A Sanyo Component Europe GmbH 115 Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH 115 Strong Deutschland GmbH 116	

Die wichtigsten Aussteller von A-Z

A Acer Computer GmbH 12/103 Adam Audio GmbH 1.2/104 Aiptek International GmbH 2.2/121 AKG Acoustics 18/101 alBienta 14.1/103 ALAN Electronics GmbH 2.2/107 Archos Deutschland GmbH 17/113 Artwizz GmbH 14.1/102 Audiovox GmbH 1.2/110 Axdia International GmbH 17/105	B Behringer International GmbH 14.1/110 Hanns-Martin-Schleyer-Straße 36-38 • 47877 Willich Tel: 02154/9206-0 • 02154/9206-4199 www.behringer.com beyerdynamic GmbH & Co. KG 1.2/123 Boston Acoustics Germany GmbH 1.2/102 Brightpoint Germany GmbH 9/207 Brother International GmbH 17/104	C/D Canon Deutschland GmbH 16/101 Europark Fichtenhain A 10 • 47807 Krefeld Tel: 02151/345-0 • Fax: 02151/345-102 www.canon.de Canton Elektronik GmbH & Co. KG 1.2/107 CeWe Color AG & Co. OHG 14.1/116 Christian Schwaiger GmbH 2.2/124 Clatronic International GmbH 3.1/203 Daewoo Electronics Europe GmbH 7.2b/101 DEJA GmbH 15.1/105 Denon 1.2/102 DeTeWe 9/101 A DGH Großhandel 17/110 dnt Drahtlose Nachrichtentechnik, Entw.- u. Vertriebs GmbH 15.1/108a Dream Multimedia GmbH 26/105	E/F EK/servicegroup eG 3.1/101 ELAC Electroacoustic GmbH 1.2/109 ElectronicPartner GmbH 7.1c Mündelheimer Weg 40 • 40472 Düsseldorf Tel: 0211/4156-0 • www.electronicpartner.com • ElectronicPartner präsentiert in einem gläsernen EP: Musterfachgeschäft hochwertige Innovationen aus der Welt der Consumer Electronics. Das Thema „Energiesparen/Energieeffizienz“ steht bei der diesjährigen Präsentation besonders im Fokus. Emtec division of dexxon group 15.1/102	G/H Garmin Deutschland GmbH 9/202 Gravis Computervertriebsges. mbH 17/109 Ernst-Reuter-Platz 8 • 10587 Berlin Tel: 030/39022-0 • www.gravis.de Grundig Intermedia GmbH 23b Hama GmbH & Co KG 7.2c Harman/Becker Automotive Systems GmbH 18/101 Harman International 18/101 Harman Kardon 18/101 Hauppauge Computer Works GmbH 12/102 Heco Audio Produkte GmbH 1.2/110 Humax Digital GmbH 26/103	I/J/K/L iDECT 9/101 A imaging+foto-contact 9/101 Reseller Park C.A.T.-Verlag Blömer GmbH • Freiligrathring 18-20 40878 Ratingen • Tel: 02102/2027-0 • Fax: 02102/2027-90 Aktuelle News: www.worldofphoto.de • imaging+foto-contact ist die 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. in-akustik GmbH & Co. KG 25/121 Infinity 18/101 iPublish Ganske Interactive Publishing GmbH 9/308 IVS Industrievertretung Schweiger GmbH 9/101 A www.ivsgmbh.de • IVS präsentiert exklusiv die neuen Swissvoice-Telefone mit der neuen fulleco-Funktion – der revolutionären Weiterentwicklung des Eco Mode. Weitere innovative Neuheiten gibt es von DeTeWe zu sehen. JBL 18/101 JVC Deutschland GmbH 5.2/104 Kensington 9/117 Kenwood Electronics Deutschland GmbH 1.2/105 Lexicon Sun Audio 18/101 LeXXum GmbH 3.2/106 LG Electronics Deutschland GmbH 11.2/101-103 Loewe AG 6.2/201	M/N Macro Systems Digital Video AG 17/115 Magnat Audio Produkte GmbH 1.2/110 Marantz 1.2/102 Mark Levinson Sun Audio 18/101 MAS Elektronik AG 12/122 MBA Marken-Vertriebs GmbH 9/101 Media Broadcast GmbH 2.2/112 Medion AG 10.2/101 Metz Werke GmbH & Co. KG 21/102 Mitsubishi Electric Europe B.V. 26/101, 101A Monster Europe Ltd. 7.2c/10.2 R. Madrid Motorola 9/101 A Mustek Optic-Comp. & Comm. Intern. GmbH 17/101 My Guide GmbH 9/201 Navigon AG 9/203 Nextbase GmbH 12/114	O/P Oehlbach Kabel GmbH 1.2/119 Olympia Business Systems Vertriebs GmbH 9/105 Olympus Deutschland GmbH 17/102 One for All GmbH 25/108 Onkyo Europe Electronics GmbH 1.2/116 Packard Bell Deutschland GmbH 12/118 Panasonic Marketing Europe GmbH 5/2a, b Winsberggring 15 • 22525 Hamburg www.panasonic.de Pataco GmbH 12/105 Philips GmbH 22 Plus X Award - Hall of Fame 7.1c Montanusstraße 62 • 41515 Grevenbroich Tel: 02181/28595-0 • Fax: 02181/28595-199 www.plusaward.de • Besuchen Sie die Hall of Fame des größten Technologie-Contests Europas und erleben Sie die besten Produkte des Jahres auf der IFA 2008 in Berlin. Polaroid GmbH 17/107 POS-MAIL 9/101 Reseller Park C.A.T.-Verlag Blömer GmbH • Freiligrathring 18-20 40878 Ratingen • Tel: 02102/2027-0 • Fax: 02102/2027-90 www.pos-mail.de • Das erfolgreiche Medium für den High-Tech-Markt. Jeden Monat informiert PoS-MAIL 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. PURE Digital 2.2/111 Karl-Marx-Straße 6 • 64589 Stockstadt am Rhein Tel: 06158/878872 • Fax: 06158/878874 www.pure.com	Q/R/S Raidsonic Technology GmbH 12/109 Reel Multimedia Vertriebs GmbH 9/101 RCP-Technik GmbH & Co. KG 17/103 Revel Sun Audio 18/101 Revovox GmbH 1.2/113 Samsung Electronics GmbH 20/101 Sanyo Component Europe GmbH 26/115 Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH 26/115 Schnepel GmbH & Co. KG G25/104 Sharp Electronics (Europe) GmbH 3.1/101 Sherwood 9/101 Sonavox Europe GmbH 2.2/108 Sonoro Audio GmbH & Co. KG 2.2/110 Sony Deutschland GmbH 4.2 soundmaster – Wörlein GmbH 25/112 Stabo Elektronik GmbH 9/101 Strong Deutschland GmbH 26/116 Swissvoice 9/101 A	T T-Mobile Deutschland GmbH 6.2/101 Tatung Netherlands B.V. 25/102 Teac Europe GmbH 1.2/112 Technotrade Import-Export GmbH 9/104 TerraTec Electronic GmbH 21b/103 Herrnfeld 38 • 41334 Nettetal Tel: 02157/8179-0 • www.terratec.de Tobit Software AG 12/110 TomTom International BV 9/311 TOPCOM 9/101 A Toshiba Europe GmbH 21a/101 Hammfelddamm 8 • 41460 Neuss Tel: 02131/158-01 • Fax: 02131/158-542 Transcend Information Trading GmbH 15.1/101	U/V/W Verbatim GmbH 15.1/113 Vivanco Gruppe AG 3.2/107	X/Y/Z Yamaha Elektronik Europa GmbH 1.2/106
--	---	--	---	--	---	---	---	--	---	---	---

Alpine Electronics ist mit neuem Show-Truck unterwegs Zielgruppenansprache vor Ort

„Grip, Performance und Sound“ ist das Motto der „Champions Club Roadshow“, mit der Alpine Electronics gemeinsam mit den Partnern Toyo Tires und Eibach Federn seit Anfang Mai mit einem cool gebrushten Dodge-Sattelschlepper und einem spektakulär getunten Renault Mégane unterwegs ist. „Zielsetzung des gemeinsamen Showtrucks für uns war es, den Bekanntheitsgrad der Marke Alpine vor allem in der Zielgruppe der jungen Tuningfans zu erhöhen und dort ein Bewusstsein für hochwertige Komponenten zu schaffen. Nachdem zwei Drittel der Veranstaltungen hinter uns liegen, kann ich feststellen, dass wir unser Ziel erreicht haben“, erklärte Jörg Ramms, Senior Manager Marketing & Sales bei Alpine.

Das Roadshow-Konzept wurde mit den Partnern auf mindestens drei Jahre angelegt. Im ersten Jahr stehen die Penetration des Marktes und die Ansprache der potentiellen und neuen Zielgruppen im Fokus, im zweiten Schritt erfolgt eine noch weitere „inhaltliche“ Aufladung und Ergänzung um produktspezifische Maßnahmen. „Toyo Tires und Eibach Federn stellen für Alpine ideale Kooperationspartner dar“, so Ramms, „da die drei Unternehmen eine perfekte Synergie in der Zielgruppenansprache bilden.“ Alle drei Unternehmen seien ähnlich positioniert und könnten somit von den starken Gemeinsamkeiten im Markenauftritt und der Zielgruppenansprache profitieren.

„Wir haben in der Vergangenheit die nationalen und internationalen Topveranstaltungen der Auto- und Tuningszene nur sporadisch

angefahren und sehen die derzeitige Roadshow als hervorragendes Mittel, um in den Dialog mit dem Endkunden zu treten“, sagte Ramms. Mit der erhöhten Vor-



Gemeinsam mit den Partnern Toyo Tires und Eibach Federn hat Alpine Electronics ein Roadshow-Konzept entwickelt, bei dem ein Dodge-Sattelschlepper in auffälliger Lackierung und ein spektakulär getunter Renault Mégane im Mittelpunkt stehen.

Ort-Präsenz auf zwölf wichtigen Veranstaltungen (siehe Kasten links) will Alpine die Begeisterung für exzellenten Klang und mobile Rundum-Unterhaltung direkt an den Endkunden vermitteln.

Gleichzeitig diene die Roadshow dazu, das Engagement Alpines für den Fachhandel zu unterstreichen. Ramms: „Wir bieten eine breite Palette an mobilen Entertainment-Lösungen, angefangen von komfortablen ‚plug&play‘-Geräten bis zu komplexen Systemintegrationen. Und unser Ansatz ist es immer, dem Kunden mit unseren Geräten einen echten Mehrwert zu bieten. Konnektivität der unterschiedlichen Geräte ist daher eines unserer zentralen Themen.“

Um die gesamte Bandbreite des Sortiments und die Möglichkeiten, für jeden Kundenwunsch eine individuelle Lösung anbieten zu können, darzustellen, setzt Alpine seit Jahren auf die Beratungskompetenz des Fachhandels. „Die Roadshow soll deshalb auch dazu dienen, die Endkunden zu motivieren, sich beim Fachhandel beraten zu lassen“, so Ramms.



Das Roadshow-Konzept wurde daher so angelegt, dass sich Kontakte zu lokalen und regionalen Handelspartnern flexibel integrieren lassen, um zum Beispiel schon während eines Events direkt Kunden an die Händler zu vermitteln. Der Startschuss für die Roadshow fiel am 1. Mai. Bis zum Ende des Jahres wird es noch vier weitere Auftritte der Show-Fahrzeuge am Nürburgring sowie in Leipzig, Hamburg und Essen geben. An

allen Standorten erwartet die Besucher eine Mischung aus Informationen und Unterhaltung. Zudem gibt es anlässlich der Roadshow attraktive Preise zu gewinnen, darunter eine fünftägige Reise nach Las Vegas und Tuning-Komponenten. Wer keine Gelegenheit hat, eine der Veranstaltungen zu besuchen, kann sich an dem Gewinnspiel auch über die Alpine-Homepage beteiligen.

www.alpine.de

Neue Mobile-Media-Stationen IVA-W505R und IVA-D106R im Alpine Sortiment

Als jüngste Produkte im Sortiment hat Alpine Electronics vor einigen Wochen die beiden neuen Mobile-Media-Stationen IVA-W505R im Doppel-DIN-Format und das ultrakompakte 1-DIN-Gerät IVA-D106R vorge-

stellt. Mit der neuen Mobile-Media-Station IVA-W505R entscheiden sich HiFi- und Video-Fans für höchste Medienvielfalt und brillante Ausgabequalität. Nur eines von vielen Ausstattungsmerkmalen ist der großzügige berührungsempfindliche Sieben-Zoll-WVGA-Bildschirm, der sich nahezu über die komplette Front des Doppel-DIN-Gerätes erstreckt und die Bedienung dank ausgeklügeltes Menüs sehr einfach macht. Er bietet unter anderem die innovative LLC-Helligkeitsanpassung für sattere Farben und besseren Kontrast. So werden auch besonders dunkle oder helle Filmsequenzen optimiert. Für die Klangqualität des Gerätes sind 4 x 50 Watt interne Verstärkerleistung und ein 24-Bit-D/A-Wandler verantwortlich. Mit der neuen Mobile-Media-Station IVA-D106R beweist Alpine, dass Topausstattung nicht identisch mit einem Toppreis sein muss.

Das 1-DIN-Gerät bietet ein umfangreiches Sortiment an Multimediaspezialitäten. Es spielt DVDs und CDs in den Formaten MP3, AAC, WMA und auch DivX ab und ermöglicht darüber hinaus den Anschluss eines iPod Videos über die Alpine Full-speed-Schnittstelle.

Auch das IVA-D106R wartet mit einem 24-Bit-D/A-Wandler und 4 x 50 Watt (RMS) Ausgangsleistung auf. Über drei Vorverstärkeranschlüsse und den innovativen Alpine Ai-Net Bus lässt sich das System zudem besonders einfach mit weiteren Komponenten vernetzen und so zu einem umfangreichen Mobile Media System ausbauen. Über den optionalen PXA-H100 Prozessor können beide Mobile-Media-Stationen mit dem Imprint Sound-Upgrade erweitert werden. Über das optionale Bluetooth Interface KCE-300BT

kann der Fahrer darüber hinaus von den Vorteilen einer Freisprecheinrichtung profitieren.



Termine im Überblick

Im Rahmen der Roadshow ist der Demo-Truck noch an folgenden Standorten zu sehen:

- Recaro Days am Nürburgring am 2. und 3. August
- Games Convention Leipzig vom 20. bis 24. August
- Car Style Hamburg vom 10. bis 12. Oktober
- Essen Motor Show vom 29. November bis 7. Dezember
- Bereits zu sehen war das Gefährt bei folgenden Events:
- Tuning World Bodensee vom 1. bis 4. Mai
- Tuner Grand Prix Hockenheimring am 10. Mai
- GTI-Treffen am Würthersee vom 21. bis 25. Mai
- Opel Treffen Oschersleben vom 29. Mai bis zum 1. Juni
- German Race Wars vom 6. bis 8. Juni
- Tuning Expo Saarbrücken vom 13. bis 15. Juni
- Yokohama Tuning Days vom 5. bis 6. Juli
- VW-Blasen am Lausitzring vom 25. bis zum 27. Juli.

Garmins Ansehen im Fachhandel wächst permanent

Erfolg basiert auf drei Säulen

„Weltweit entwickelt sich das Geschäft seit der Unternehmensgründung im Jahr 1989 positiv, und seit dem Jahr 2000 erzielen wir einen durchschnittlichen Umsatzzuwachs von 36 Prozent. Da wundert es nicht, dass Garmin in der aktuellen IDG-Studie Brand Awareness im Produktsegment Navigationssysteme mit dem höchsten Zuwachs bei der Markenbekanntheit und bei der Markenattraktivität geführt wird.“
Susanne Crefeld, Geschäftsführerin Vertrieb & Marketing bei der Garmin Deutschland GmbH, macht es sichtbar Spaß, im Gespräch mit PoS-MAIL über den Navigationsspezialisten mit deutschem Sitz in Gräfelfing bei München zu erzählen.

Denn nicht nur international zeigt sich Garmin gut aufgestellt, auch die Arbeit in Deutschland trägt immer reifere Früchte. Ein Indiz für die positive Entwicklung des Unternehmens, das zuvor als GPS Gesellschaft für professionelle Satellitennavigation mbH Exklusiv-Repräsentant für die mobilen Navigationslösungen von Garmin in Deutschland war, mag ein Blick auf die Mitarbeiterzahl sein: Diese hat sich nach der Übernahme des Unternehmens durch Garmin von 50 auf 100 verdoppelt – mit weiterhin steigender Tendenz.

Dieser Zuwachs entspricht den internationalen Zahlen. Weltweit beschäftigte Garmin zum Zeitpunkt des Besuchs der PoS-



Susanne Crefeld

MAIL-Redaktion in Gräfelfing rund 8.900 Mitarbeiter – deutlich mehr als zu Jahresbeginn. Etwa jeder sechste Beschäftigte ist Ingenieur. Diese hohe Zahl und die damit verbundenen Ausgaben für Forschung und Entwicklung sind für Crefeld eine der drei tragenden Säulen, auf denen der

Erfolg des Unternehmens basiert. „Das bei Garmin konzentrierte Know-how in den Bereichen mobile Straßennavigation, Outdoor und Freizeit, Sport und Training sowie Marine und Wassersport sorgt immer wieder für marktgerechte Produkte, in denen sich technische Innovationen und besonders bedienerfreundliche Handhabung vereinen“, betonte die Garmin-Geschäftsführerin.

Damit die auf dem Reißbrett entwickelte Produktqualität in der Praxis umgesetzt wird, produziert Garmin seine Geräte in eigenen Fabriken in Shijr, Jhongli und LinKou in Taiwan. Crefeld: „Dies ist die zweite Säule unseres Erfolges. Denn da wir den gesamten Produktionsprozess von der Idee bis zur Auslieferung der Ware genau kontrollieren können, ist gewährleistet, dass unsere hohen Qualitätsansprüche auch realisiert werden.“ Zudem lege man bei Garmin traditionell großen Wert darauf, nicht die billigsten Komponenten

„Eine unserer Stärken ist die eigene Serviceabteilung, die sicherstellt, dass ein zur Reparatur eingeschicktes Gerät nach spätestens einem Arbeitstag wieder rausgeschickt werden kann“, führt Tutschke aus. Das komme den Bedürfnissen der Konsumenten



Kai Tutschke

entgegen und habe zum stetig steigenden Ansehen des Herstellers im Fachhandel beigetragen. „Das hohe Servicelevel liefert dem Händler am Point of Sale ein gutes Verkaufsargument“, so Tutschke, „denn er kann mit gutem Gewissen ein Garmin-Produkt empfehlen, weil er weiß, dass die Qualität stimmt und weil er sich bei einem Problem auf die schnelle Abwicklung verlassen kann.“

Auf positive Resonanz sowohl im Handel als auch beim Endkunden

Bei Garmin finden sich unter anderem Navigations- und GPS-Geräte für die mobile Straßennavigation ebenso wie für Freizeit, Sport, Marine und verschiedene Outdoor-Aktivitäten.



zu verbauen, die auf dem Markt zu bekommen sind. „Das erhöht zwar zunächst die Produktionskosten, reduziert aber die Folgekosten, die beispielsweise durch Gewährleistung und Garantiereparaturen entstehen würden“, erläuterte Crefeld. „Außerdem trägt dieses Konzept zu einem positiven Markenimage bei, denn es spricht sich herum, dass Garmin-Produkte sehr zuverlässig sind.“

Die dritte Säule des Erfolges stellen für Kai Tutschke, Manager Sales Automotive Products, die verschiedenen Serviceleistungen dar, die die Garmin Deutschland GmbH für ihre Handelspartner und die Endkunden bereithält.

sei ebenso die Hotline gestoßen, die Garmin für den technischen Support bereithält. Um sich hier den Wünschen der Kunden noch besser anzupassen, habe man die Kontaktmöglichkeiten zur Hotline noch weiter ausgebaut und flexibler gestaltet, so dass die Mitarbeiter jetzt durchgängig von morgens bis abends zu erreichen sind, zum anderen soll demnächst auch der Samstag als Hotline-Tag implementiert werden.

In dieser Hinsicht gebühre den Mitarbeitern besonderer Dank, meinte Tutschke. „Die hohe Identifikation des gesamten Personals mit dem Unternehmen und seinen Produkten macht derartige Maßnahmen extrem einfach.“ Dies gelte beispielsweise auch für den Versand, der zwar geografisch ausgelagert sei, aber in eigener Verantwortung betrieben werde.

Tutschke: „Wenn es dort noch Lieferungen gibt, die unbedingt raus müssen, dann schauen die Mitarbeiter nicht auf die Uhr und bleiben wie selbstverständlich auch über den Feierabend hinaus.“ Von dieser Einstellung profitiere letztlich auch wieder der Handel.

Um dessen Belange vor Ort kümmern sich derzeit 16 Mitarbeiter; neben Tutschke an der Spitze sind das fünf Key-Accounter und zehn Außendienstler. So fungiert das Team beispielsweise als Ansprechpartner für alle Fragen rund um Garmin, es organisiert Schulungen und entwickelt in Zusammenarbeit mit dem Händler Promotions. Und bei Händlern, die neu in das Geschäft mit Garmin einsteigen wollen, steht die Beratung hinsichtlich der Sortimentsgestaltung im Fokus des Verkaufsteams.

www.garmin.de

1.400 Ingenieure sichern die Qualität

Garmin ist einer der Weltmarktführer auf dem Gebiet der mobilen Navigation sowie der GPS-Satellitenkommunikation. 1989 von Gary Burrell und Dr. Min Kao mit fünf Mitarbeitern gegründet, zählt Garmin heute mit weltweit fast 9.000 Mitarbeitern und Standorten in den USA, Taiwan und Europa zu den erfahrensten Herstellern im Bereich mobiler Navigation. Entwicklung und Produktion der Geräte erfolgen im eigenen Haus und den eigenen Produktionsstätten. Dies trägt entscheidend zur Sicherung des hohen Qualitätsstandards bei. Produkte für die Luftfahrt fertigt Garmin in der weltweiten Firmenzentrale in Olathe, Kansas, USA. Alle Consumer-Electronic-Produkte für die Bereiche Straßennavigation, Outdoor, Sport und Marine werden in den drei Garmin Produktionsstätten Shijr, Jhongli und LinKou in Taiwan hergestellt. Weltweit beschäftigt Garmin nahezu 1.400 Ingenieure und sichert so die tiefe technische Kompetenz innerhalb des Unternehmens. Von 1989 bis heute wurden weltweit bereits über 31 Mio. Garmin Navigationsgeräte verkauft. Garmin ist seit Gründung des Unternehmens profitabel und verzeichnet seit 2000 einen durchschnittlichen jährlichen Umsatzzuwachs von 36 Prozent.

Garmin stellt die neue Oregon Reihe von GPS-Handgeräten für die Outdoor-Navigation vor

Garmin hat mit dem Oregon eine vollkommen neue Reihe von GPS-Handgeräten mit großem Funktionsspektrum und modernster GPS-Technologie vorgestellt. Der Oregon ist mit einem drei Zoll (7,6 cm) großen berührungsempfindlichen Bildschirm ausgestattet, der die einfache und schnelle Bedienung mit einem Finger ermöglicht. Dieses Bedienkonzept ist für Handgeräte aus dem Bereich Outdoor-Navigation neu. Das Topmodell der aus drei Geräten bestehenden Serie statet Garmin serienmäßig mit einer topographischen Karte (1:100.000) von fast ganz Europa aus. Als Weiterentwicklung der beliebten Garmin Outdoor-Geräte eignet sich die Oregon-Serie sowohl für den freizeitorientierten Hobby-Outdoorer als auch für anspruchsvolle Navigationsprofis. Das Einsteiger-Gerät, der Oregon 200, bietet bereits alle wichtigen Navigationsfunktionen, ist karten- und routingfähig und besitzt einen erweiterbaren Speicher. Der Oregon 300 ist zusätzlich mit einem barometrischen Höhenmesser, einem elektronischen Kompass sowie einem 512-MB-Speicher ausgestattet. Er bietet bereits eine routingfähige, weltweite Reliefkarte mit Höheninformationen. Das Topmodell Oregon 400t ist bereits ab Werk mit einer topographischen Europakarte im Maßstab 1:100.000 bestückt und bietet damit Freizeitnutzern einen Mehrwert, da mit diesem Kartenmaterial schon viele Navigationsfunktionen durchgeführt werden können. Die neue HotFix-Funktion speichert und berechnet automatisch die Satellitendaten und ermöglicht so eine noch schnellere Positionsbestimmung. Bei allen Geräten können Profile für den Outdoor-, Marine-, Auto-, Fitness- oder Geocaching-Einsatz eingerichtet werden. Die Modelle Oregon 300 und 400t können mit einem Brustgurt zur Herzfrequenzmessung und einem Trittfrequenzsensor für das Fahrrad ergänzt werden.



TK



Der 300. Partnershop der E-Plus Gruppe steht in Rosenheim

Die E-Plus Gruppe hat in Rosenheim den 300. Partnershop eröffnet. Er liegt zentral in der Münchener Straße 33 in der Rosenheimer City und damit – wie alle Partnershops – in einer Top-Lage. Das dortige Team besteht aus zwei Mitarbeitern. Die E-Plus Partnershops werden von unabhängigen Händlern geführt, die ausschließlich Produkte der E-Plus Gruppe anbieten. Durch diese Fokussierung kann der Mobilfunkanbieter seine Partner optimal unterstützen. Optisch unterscheiden sich die Ladenlokale nicht von den Shops, die E-Plus selber betreibt. Alle Filialen sind einheitlich und stilvoll nach außen und innen in den Markfarben gestaltet, um den Wiedererkennungswert der Marken zu sichern und gleichzeitig eine angenehme Atmosphäre für den Verbraucher zu schaffen. www.e-plus.de

Herweck vertreibt jetzt auch Samsung Produkte der OfficeServe-Serie

Der saarländische Distributor Herweck hat sein Produktportfolio um die Produkte der Samsung Office-Serve-Serie ausgebaut. Die ganzheitliche Kommunikationslösung wurde speziell für kleine und mittelständische Unternehmen entwickelt. Sie kann die gesamte Infrastruktur eines Kleinbetriebes abdecken. Samsung Electronics baut mit dem Distributionsabkommen seine Marktpräsenz in Deutschland aus. „Samsung bekleidet zur Zeit Position sechs auf dem globalen Markt der ITK-Lösungen“, so Ingo Edler, Sales Manager Samsung Telecom. „Unser Ziel ist es, mit Herweck die Distribution der Samsung ITK-Systeme erfolgreich zu

gestalten und so unsere Marktpräsenz deutlich zu erhöhen. Gleichzeitig setzen wir auf die Fachhandelskompetenz der Herweck AG und konzentrieren uns ganz auf eine Zusammenarbeit mit dem Fachhandel.“

Im Fokus der Distribution stehen die Produkte der Samsung Office-Serve-Serie. Die modularen IP-Systeme für konvergente Anwendungen unterstützen analoge, digitale und IP-Endgeräte für drahtgebundene wie auch mobile Sprach- und Datenkommunikation mit bis zu 500 Teilnehmern. Mit den Office-Serve-Systemen OS 7200 und 7400 bietet Samsung individuell konfigurier- und erweiterbare ITK-Lösungen für SOHOs sowie kleinere und mittlere Unternehmen. Die Office-Serve-Serie von Samsung bietet dabei den Vorteil, Lösungen kosteneffizient und individuell zu realisieren. Auch nach erfolgter Installation steht Herweck dem Fachhändler kompetent als Servicepartner zur Verfügung. www.herweck.de

1&1 bietet professionelle E-Mail-Lösung für das neue iPhone G3

Die 1&1 Internet AG unterstützt mit ihrer professionellen E-Mail-Lösung 1&1 Outlook Exchange das neue iPhone 3G von Apple. Damit haben iPhone-Anwender jederzeit und überall Zugriff auf ihre E-Mails, Termine und Kontakte. Dank Push-Funktion werden die Daten in Echtzeit mit dem iPhone synchronisiert. Auch Nutzer des „alten“ iPhones können nach einem Update auf die neue iPhone-2.0-Software die Profi-Kommunikationslösung von 1&1 nutzen. 1&1 Outlook Exchange ist eine Software-as-a-Service-Lösung und basiert auf dem Microsoft Exchange Server 2007. 1&1 Outlook Exchange kostet 12,99 Euro im Monat, weitere Postfächer können für 9,99 Euro/Monat

hinzugebucht werden. Eine Domain sowie zwei Gigabyte Speicherplatz je Postfach sind inklusive. Auf Wunsch erhalten Anwender außerdem die Software Microsoft Entourage 2004 oder Outlook 2007. Neben der von 1&1 zur Verfügung gestellten Domain können auch E-Mail-Adressen bei anderen Anbietern, zum Beispiel aus einem vorhandenen Webhosting-Paket, mit 1&1 Outlook Exchange und der neuen iPhone-Software verwendet werden. Auch für Handy-Nutzer, die sich das iPhone als Zweitgerät zulegen möchten, eignet sich 1&1 Outlook Exchange: Die Exchange-Postfächer können über das Active-Sync-Protokoll parallel auch mit Windows Mobile Smartphones synchronisiert werden. www.1und1.de

Makram Sassi ist neuer Vertriebsleiter bei Epsilon Telecommunications

Die Epsilon Telecommunications GmbH, ein Tochterunternehmen der HFO Telecom AG, hat Makram Sassi zum neuen Vertriebsleiter berufen. Sassi unterstützt ab sofort den lang-



jährigen Geschäftsführer Wolfgang Hüttner bei der Weiterentwicklung des Mobilfunk-Distributors. Der 32-jährige arbeitete zuvor fast vier Jahre lang bei der Telefónica O2 Germany GmbH & Co. OHG, zuletzt als Key Account Manager Business Indirect Sales. www.epsilon-telecom.de

Fans können das MobileTV Bundesliga-Paket von T-Mobile kostenlos testen

Zum Start der Fußball-Bundesliga-Saison 2008/09 am 15. August hält T-Mobile ein Testangebot für Fußballfans bereit: Kunden, die noch kein Bundesliga-Abo gebucht haben, steht das MobileTV Bundesliga-Paket einen Monat lang kostenlos zur Verfügung. MobileTV überträgt alle Spiele der ersten und der zweiten Bundesliga live aufs UMTS-Handy. Neben den Live-Übertragungen gibt es den Konferenzkanal mit Schaltungen zwischen parallel stattfindenden Spielen der Bundesligen. Um das MobileTV Bundesliga-Paket zu nutzen, müssen Interessenten eine SMS mit dem Stichwort „tv“ an die kostenlose T-Mobile Kurzwahl 2992 senden. Sie erhalten dann einen Link zum MobileTV Angebot. Außerdem lässt sich MobileTV über den Menüpunkt „TV & Video“ auf der web'n'walk Startseite aufrufen. MobileTV ist mit den meisten UMTS-Handys von T-Mobile verfügbar. Auf Wunsch können sich die Kunden kostenlos per SMS an die Spieltermine ihres Lieblingsvereins

T-Mobile stellt neue web'n'walk Datentarife für mobile Notebooknutzer vor

T-Mobile will mit zwei neuen Datentariifen die Kosten fürs Internetsurfen per Notebook transparenter machen: Mit der Flatrate web'n'walk Connect L gehen Kunden für den Komplettpreis von 39,95 Euro monatlich beliebig oft und lange online und laden beliebig große Dateien herunter. Darüber hinaus stellt T-Mobile den Notebook-Datentarif web'n'walk Connect M mit einem Inklusivvolumen von 300 Megabyte/Monat zum Preis von 24,95 Euro bereit. Nutzern stehen in beiden Tarifen im T-Mobile UMTS-Netz Bandbreiten von bis zu 7,2 Mbit/s im Down- und von bis zu 1,4 Mbit/s im Upload zur Verfügung.

Aktuelle Mobilfunkgeräte wie der web'n'walk Stick III sind mit den neuen Tarifen für jeweils 4,95 Euro erhältlich. Weitere Datenangebote folgen zur Internationalen Funkausstellung in Berlin. Wer web'n'walk Connect bucht, sichert sich den Telekom-Vorteil von bis zu 120 Euro, wenn er den T-Mobile Tarif mit einem T-Home Komplettpaket kombiniert.

Mit den neuen Tarifen unterstreicht T-Mobile die „Good-Better-Best“-Systematik des Tarifportfolios für die mobile Internetnutzung per Notebook.

- „Good“: Für Gelegenheitsnutzer gibt es die web'n'walk DayFlat zum Preis von 4,95 Euro pro Tag zuzüglich fünf Euro pro Monat für den Datentarif web'n'walk Connect.
- „Better“: Für regelmäßige Notebook-Surfer empfiehlt sich der neue web'n'walk Connect M.

• „Best“: Vielsurfern, die an mehr als sieben Tagen pro Monat mobil surfen und viel downloaden, bietet der neue web'n'walk Connect L die volle Kostenkontrolle zum günstigen Festpreis.

Bei den beiden Flatrates gibt es keine Volumen-Obergrenze. Das 300 MB-Inklusivvolumen des Datentarifs web'n'walk Connect M reicht für rund 30 Stunden Surfen oder die Übertragung von etwa 7.500 E-Mails inklusive Anhängen zu je 40 KB. Neben modernsten USB-Sticks und Datenkarten wird T-Mobile auch hochwertige Notebooks mit integrierter Highspeed-Mobilfunktechnik in Verbindung mit web'n'walk Connect L anbieten. Den Anfang macht im September ein Sony Vaio der SZ-Serie, das über den IT-Fachhandel vertrieben wird. Käufer werden den mobilen Internet- und Intranetzugriff mit bis zu 7,2 Mbit/s 30 Tage lang kostenlos und unverbindlich testen und nach Vertragsabschluss weitere zwei Monate kostenlos nutzen können.

T-Mobile stellt die neuen Tarife ab dem 1. August bereit. Die Laufzeit von Mobilfunkverträgen in den Tarifen web'n'walk Connect M und L beträgt 24 Monate. Der Bereitstellungspreis für Privatkunden beträgt 24,95 Euro. Die Datenoptionen web'n'walk M und L sind weiterhin als Kombi-Angebote zu den aktuell vermarkteten Sprach- und Datentariifen zubuchbar. Alle genannten Optionen und Tarife stehen auch für Geschäftskunden zur Verfügung. www.t-mobile.de

Herweck bietet neue Business-Telefonlösung auf IP-Centrix-Basis mit attraktiven Ertragschancen

Der saarländische ITK-Distributor Herweck bietet seinen Fachhandelspartnern jetzt auch eine neue Business-Telefonlösung der Mainzer Firma Deutsche Telefon Standard AG auf IP-Centrix-Basis an. „Wir glauben zwar nicht, dass die klassische Telefonanlage komplett vom Markt verschwindet, aber wir gehen davon aus, dass in den nächsten Jahren viele Systeme durch UCS Lösungen ersetzt werden“, meinte Herweck-Vorstand Jörg Herweck. Die Lösung der Deutsche Telefon Standard AG ersetzt die herkömmliche Telefonanlage durch einen Netzdienst auf IP-Centrix-Basis. Telefoniert wird über ein IP-Netz.

Es handelt sich um eine intelligente, flexible und einfach zu handhabende Business-Telefonlösung ausschließlich für den Mittelstand. Erstmals werden Funktionen auch in kleineren Unternehmen nutzbar, die bisher nur Großunternehmen zu den entsprechenden

Kosten vorbehalten waren. Über eine einheitliche Web-Oberfläche verwaltet der Administrator das Telefonsystem, der Nutzer nimmt Einstellungen an seinem Endgerät oder ebenfalls über den Webbrowser vor. Auch die Telefonzentrale wird über die Web-Oberfläche gesteuert.

Die Fachhändler profitieren von attraktiven Provisionen in Höhe von 15 Prozent während der gesamten Vertragslaufzeit. Zusätzlich können sie sich durch die Deutsche Telefon Standard AG als Field Service Partner zertifizieren lassen und damit auch beim Kunden vor Ort die Installation der netzbasierten Telefonie-Lösung übernehmen. Übernimmt der Fachhändler für seine Kunden außerdem auch noch die Administration des Telefonsystems, bietet sich hier eine weitere Möglichkeit, neben der Kundenbindung auch den Verdienst lukrativer aufzustellen. www.herweck.de

erinnern lassen und verpassen damit kein Spiel mehr. Das MobileTV Schnupperangebot gilt vom 1. August bis zum 30. September.

Falls keine Kündigung erfolgt, geht das Testabonament nach Ablauf des ersten Monats in ein reguläres Abonnement zum Preis von fünf Euro pro Monat über. Neben dem Abo-Preis entstehen keine zusätzlichen Kosten für den Datentransport. www.t-mobile.de

Bei Arcor gibt es jetzt symmetrisches DSL mit bis zu zehn MBit/s

Arcor bietet Geschäftskunden ab sofort deutschlandweit symmetrische DSL-Anschlüsse mit einer Bandbreite von bis zu zehn Megabit pro Sekunde an. „Business DSL profi“ heißt das neue SDSL-Angebot, mit dem Arcor sein Produkt-Portfolio erweitert hat. Die SDSL-Pakete gibt es mit flexiblen Bandbreiten von zwei bis zehn Megabit pro Sekunde. Arcor-Kunden können die SDSL-Kapazität so auf ihre spezifischen Belange zuschneiden. Neben hohen Übertragungsraten bietet die neue Internet-Lösung erstmals auch eine freie Ein-

teilung der Quality of Service-Klassen (QoS): Der Kunde kann sich aussuchen, welche Datenpakete bevorzugt verschickt oder empfangen werden sollen. So können bis zu 70 Prozent der SDSL-Gesamtbandbreite beispielsweise für die Sprachdaten IP-gestützter Telefonie genutzt werden. Bei einer Kapazität von zehn Megabit pro Sekunde können so zirka 70 Telefongespräche zeitgleich geführt werden. Die Lösung Arcor-Business DSL profi ist ab sofort im Arcor-Ausbaugebiet erhältlich. Neu- und Bestandskunden können die Bandbreiten in Zwischenschritten von zwei bis zehn Megabit ab 139 Euro pro Monat beziehen. Das Produkt enthält kostenfrei bis zu acht feste IP-Adressen sowie einen IP-Monitor zur Überwachung der Leitungsauslastung. Umfangreiche Business-Features sind ergänzbar. Kostenlose Beratung unter 0800-2030340. www.arcor.de

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

TK



Motorola stellt neue mobile Lautsprecher vor

Mit den mobilen Stereo-Lautsprechern ROKR EQ3, EQ5 und EQ7 hat Motorola das Angebot für mobile Musikerlebnisse erhöht. Das Modell EQ3 ist ein Musikquader zum Aufklappen. Die leichten, batteriebetriebenen und kompakten Stereolautsprecher lassen sich



SRS WOW HD-Technologie liefert hochauflösenden Stereo-Surround-Sound. Der bewegliche Ständer ist in das superflache Design integriert. Das kabellose Hifi-Stereo-Lautsprechersystem EQ7 wurde gemeinsam mit dem Lautsprecherhersteller JBL entwickelt. Die leistungsstarke JBL-Tontechnologie sorgt für hohen Klanggenuss. Ist das EQ7 mit einem anderen Gerät der Bluetooth-Klasse 1 verbunden, erübrigt sich über eine Entfernung von bis zu 100 Metern jedes Kabel. Alle drei Produkte haben eine 3,5-Millimeter-Standardklinkenbuchse und bieten so einen Kabelanschluss für sämtliche Musikquellen. Alle EQ-Modelle sind kompatibel mit Produkten anderer Hersteller wie Nokia, Sony Ericsson, LG oder Samsung. www.motorola.de

unterwegs bequem zusammenklappen und schnell wieder auseinanderfallen. Dank eines verlängerten Audiokabels verbessert das ROKR EQ3 zusätzlich den Radioempfang bei geeigneten Handys. Die Modelle ROKR EQ5 und EQ7 fallen durch satten Stereo-Sound und elegantes Design auf. Sie lassen sich mittels Bluetooth via A2DP oder mit Kabel mit fast jedem MP3-Player, PC oder geeignetem Handy verbinden. Um keinen Anruf zu verpassen, sind die Lautsprecher mit einem integrierten Mikrofon ausgestattet. Mit einem Knopfdruck kann zwischen Musik und Telefon gewechselt werden. Wiederaufladbar und optimiert für Stereo-Surround-Sound passt der tragbare, kabellose Lautsprecher ROKR EQ5 in jede Tasche. Die

Samsung SGH-i200 ist jetzt hierzulande lieferbar

Bereits auf der CeBIT hatte Samsung das Smartphone SGH-i200 vorgestellt, das ab sofort auch in Deutschland verkauft wird. Das neue Gerät ist ein intelligentes Multimedia-Handy mit vielfältigen Funktionen und aufwendigem Informationsmanagement. Es ist mit einem breiten, hochglänzenden 2,3"-TFT-Bildschirm ausgestattet und ermöglicht über das Betriebssystem Windows Mobile 6.1 den Betrieb von Microsoft



(Office)-Programmen wie Excel, Word, Outlook und Powerpoint. Die intuitive Benutzeroberfläche des Bildschirms bietet den unmittelbaren Zugriff auf die Menüs. Das Smartphone erlaubt außerdem das effiziente Arbeiten mit E-Mail-Funktionen im HTML-Format, einfaches Bearbeiten mit Copy & Paste und die effektive E-Mail und SMS-/MMS-Verwaltung. Automatische Pop-ups sorgen für beständige Aktualität und informieren kontinuierlich über den Empfang von E-Mails. HSDPA bis zu 3,6 MBit/s,

Zwei neue Gigaset A-Klasse-Telefone mit und ohne Anrufbeantworter



Siemens Home and Office Communication Devices (SHC) hat zwei neue Einsteigermodelle vorgestellt: das Gigaset A580 und das A585 mit integriertem Anrufbeantworter. Die neuen Gigaset-Modelle stehen für funktionalen Telefonkomfort im formschönen Design. Mit der Freisprechfunktion ermöglichen beide Siemens-Neuheiten mehr Beweglichkeit und Flexibilität beim Telefonieren. Für eine einfache Bedienung auch im Dunkeln sorgen das beleuchtete Display und die beleuchteten Tasten. Dank modernster ECO-DECT-Technik senken die Gigaset A580 und A585 den Energieverbrauch im Vergleich zu herkömmlichen Gigaset-Telefonen um bis zu 60 Prozent. Zudem wird die benötigte Sendeleistung deutlich reduziert, im Lade- und Ruhezustand sogar um nahezu



100 Prozent. Der Anrufbeantworter des Gigaset A585 bietet eine Aufnahmedauer von bis zu 25 Minuten. Darüber hinaus werden entgangene Anrufe auf dem Display angezeigt. Bei aktivierter CLIP-Funktion kann eine Liste mit Namen, Nummern und Datumstempeln der letzten 25 Anrufer abgerufen und direkt wieder angewählt werden. Das integrierte Telefonbuch hat eine Speicherkapazität für 150 Namen und Nummern. Ist ein Anrufer bereits im Telefonbuch gespeichert, zeigt das Display beim Anruf den Namen des Anrufers an. Es können auch Textnachrichten (SMS) mit bis zu 160 Zeichen empfangen oder versandt werden. Das Gigaset A580 ist ab sofort zum empfohlenen Verkaufspreis von 39,99 Euro erhältlich. Das Gigaset A585 mit integriertem Anrufbeantworter soll für 49,99 Euro verkauft werden. www.gigaset.de

Das neue KC550 von LG kommt mit umfangreichen Multimedia-Funktionen



Die Fünf-Megapixel-Kamera des neuen Mobiltelefons LG KC550 erstellt problemlos Fotos in hoher Qualität. Durch den Bildsensor mit fünf Megapixeln und das von Schneider-Kreuznach zertifizierte Objektiv des KC550 können Hobbyfotografen exzellente Bilder mit hoher Auflösung schießen. Die Lichtempfindlichkeit des Aufnahmesensors kann auf bis zu ISO 800 eingestellt werden. Der Bildstabilisator gleicht ungewollte Handbewegungen aus und sorgt so für schärfere Fotos. Bei ungünstigen Lichtverhältnissen hellt der LED-Blitz dunkle Motive auf. Benutzer können die am häufigsten gebrauchten Kamerafunktionen direkt mit Hilfe von Sondertasten aktivieren, die im Dunkeln beleuchtet sind. Die übersichtliche Anzeige der Ergebnisse macht den Fotografierspaß komplett: Auf dem 2,4-Zoll-LC-Display können die Bilder einzeln betrachtet



werden. Und dank der Auto-Rotation wird das Foto automatisch im Hoch- bzw. Querformat angezeigt. Die TVOut-Funktion ermöglicht die Anzeige von Fotos, Spielen, Dokumenten und Videos auf einem Fernsehbildschirm. Die integrierte DIVX-Wiedergabe erlaubt dem Benutzer, Filme und Downloads in DVD-Qualität auf dem Display anzusehen. Darüber hinaus sind viele weitere Multimedia-Funktionen enthalten, zum Beispiel MP3-Player, E-Mail-Client & WAP 2.0 Browser. Zusätzlich bietet das KC550 ein bewegungsgesteuertes Spiel namens „M-toy“, das mit Kreiseffekten arbeitet. Durch Kippen bzw. Drehen des Handys kann der Benutzer Darts werfen, einen Fisch angeln oder sich einen Weg durch ein Labyrinth bahnen. Das LG KC550 ist ab sofort zum empfohlenen Verkaufspreis von 249 Euro erhältlich. www.lge.de

Neue Festnetztelefone im Panasonic Sortiment



Panasonic hat mit der Auslieferung der neuen Schnurlostelefone der 83er- und 73er-Serien begonnen, die sich unter anderem durch Attribute wie „strahlungsarm“ und „stromsparend“ auszeichnen. Im neuen Panasonic Sortiment ist laut Hersteller für jeden Telefonietyp ein passendes Modell dabei, und noch niemals zuvor gab es bei Panasonic Telefonen so viele Farb- und Ausstattungsvarianten. Erstmals sind sogar bis zu vier Mobilteile im Paket erhältlich. Für Anspruchsvolle wurde die KX-TG83xx Serie konzipiert. Sie spricht die Designsprache moderner Wohn- und Entertainment-Welten und zählt technisch wie optisch zur ersten Garnitur. Charakteristisch sind der umlaufende Rahmen im Metallic-Look sowie Bedientasten in Metalloptik am Mobilteil und bei den Modellen mit Anrufbeantworter an der Basis. Die blau beleuchteten, großzügig dimensionierten Tasten verbinden sich zu einem vollflächigen Feld; dadurch wird die Bedienung erleichtert. Zur Premium-Ausstattung gehören



weiterhin das große, beleuchtete 1,5-Zoll-Display mit 65.000 Farben, die Menüsteuerung per Joystick, ein Headset-Anschluss, eine LED-Anrufsignalisierung am Mobilteil, eine Sperre für unerwünschte Anrufe, Memo-Funktionen und die Mitschneidefunktion. Optionale Mobilteile gibt es passend in Schwarz, Silber und Graphit. Dass gute Qualität auch preiswert sein kann, beweist Panasonic mit seiner KX-TG73xx Serie. Zur Ausstattungsliste gehören hier polyphone Klingeltöne, eine Freisprechfunktion, das beleuchtete Display und Timereinstellungen. Im Vergleich zur Vorgängergeneration haben sich die Telefonbuch-Speicherplätze auf 100 verdoppelt. Bei allen Modellen sind die Tastaturen jetzt außerdem beleuchtet. Eine LED am Mobilteil signalisiert eingegangene Anrufe. Die zentrale Navigationstaste und das 1,4 Zoll große Display sorgen für einfache Bedienbarkeit. Optionale Mobilteile gibt es in Schwarz, Perlmutter-Silber und Blau-Metallic. www.panasonic.de

iPublish steigt verstärkt in den CE-Markt ein Premium Vertriebspartner gesucht

Das elektronische Verlagshaus iPublish GmbH will mit seinem Personal Travel Assistant den Consumer Electronics Markt im Bereich der digitalen Reisebegleitung weiter ausbauen. Mit dem Premium Partner Programm von Merian scout sollen engagierte Fachhändler für den Vertrieb der Merian scout Navigator Produktfamilie gewonnen werden. Das Unternehmen sieht gute Chancen für den CE-Fachhandel, ein lukratives neues Geschäftsfeld zu erschließen. Nicht nur durch die technische Qualität der Reisebegleiter, die erstmals multimediale Reiseinformationen interaktiv mit einem „state of the art“ Navigationssystem kombinieren, sondern auch durch die Produktvielfalt, die zur IFA 2008 vorgestellt wird und Mitte September verfügbar sein wird.

„Individualisierung und die Berücksichtigung persönlicher Interessen mobiler Menschen waren immer Kern des Konzeptes des Merian scout Navigators“,

Vielfalt an zusätzlichen Reise Guides bieten. Damit wird Travel Scouting als technikerunterstütztes, erlebnisorientiertes Reisen für eine größere Käuferschicht attraktiv.“

CE-Händler können neue Kundengruppen gewinnen

Die Merian scout Navigator Produktfamilie bietet CE-Händlern laut Leininger nicht nur gute Möglichkeiten, bestehenden Kunden ein innovatives und preisgekröntes Produkt anzubieten, sondern durch die umfangreichen Marketing-Aktivitäten, die das Programm beinhaltet, auch neue Kundengruppen zu gewinnen. „Die attraktiven Margen sind zudem ein Argument, sich über das Programm von iPublish informieren zu lassen“, betont Leininger. Da es sich um eine erklärungsbedürftige Produktgattung handelt, die nicht mit einfachen mobilen Navigationsgeräten verwechselt werden darf, könnten Händler ihre Kunden mit ihrer Beratungskompetenz überzeugen. Zudem ist das einzigartige Konzept der auf redaktionellen In-



Carsten Leininger

führt Carsten Leininger, Geschäftsführer der iPublish Ganske Interactive Publishing GmbH, aus. „Mit den insgesamt drei Geräten, die ab September erhältlich sein werden, erfüllen wir die Bedürfnisse unserer Kunden noch genauer. Neben neuer Hardware werden wir auch eine deutlich größere



Von den unterschiedlichen Redaktionen der Ganske Verlagsgruppe professionell recherchierte Informationen, die in Wort, Bild und Ton dargestellt werden, bieten dem Nutzer eines Merian scout Navigators einen hohen Mehrwert.

ten basierenden Geräte kaum zu kopieren. Ein Preisverfall ist daher eher nicht zu erwarten, und es werden sich auch in Zukunft weiterhin gute Erträge für die Händler erzielen lassen. „Die Merian scout Navigator Produkte eignen sich für unsere Handelspartner durch Besetzen des neuen Segments der digitalen Reisebegleitung sowohl als Abgrenzungsmöglichkeit zum Wettbewerb als auch als Zusatzgeschäft“, so Leininger. Die Händler werden dabei sowohl von der Bindung von Stammkunden und neuer Kundschaft als auch

nen der Magazine Der Feinschmecker und Merian recherchiert. Mit insgesamt 35 Stunden touristischer Hörstücke bietet der Personal Travel Assistant darüber hinaus viel Wissenswertes und Unterhaltsames für unterwegs.

Das Gerät wurde schon mehrfach ausgezeichnet

Der mehrfach ausgezeichnete Merian scout Navigator stößt bei einer anspruchsvollen Zielgruppe auf hohe Resonanz. Zu den Auszeichnungen, die das Gerät in den vergangenen Monaten erhalten hat, zählen der red dot design award, der Plus X Award und der Zukunftsaward als beste Produktinnovation 2008. Zudem wurde der Merian scout Navigator für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2009 nominiert.

„Um diese Kundschaft richtig beraten und betreuen zu können, haben wir das neue Vertriebskonzept



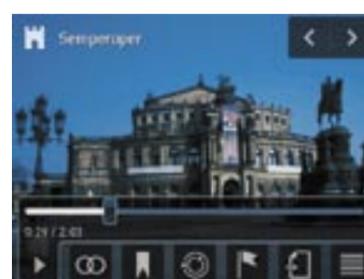
Der Merian Scout Navigator verspricht auch dem CE-Handel attraktive Margen.

durch den Verkauf von zusätzlichen ReiseGuides, die iPublish für die Reisebegleiter anbietet, profitieren. Darüber hinaus ist geplant, die Premium Partner mit weiteren Geschäftspartnern aus dem Tourismussektor im direkten Umfeld der Händler in Kontakt zu bringen, um ganz neue Geschäftsfelder und damit Erlösmöglichkeiten zu generieren.

Hoher Mehrwert für anspruchsvolle Reisende

Als digitale Reisebegleiter mit multimedialen ReiseGuides und integriertem Navigationssystem besitzen die Geräte zudem einen hohen Mehrwert für anspruchsvolle Reisende. Die im Merian scout Navigator vorinstallierten 30.000 Einträge im Deutschland Guide wurden von den Redaktio-

entwickelt“, erklärt Leininger. iPublish bietet seinen Premium Partnern neben individuellen Verkaufsschulungen, ausführlichem Informationsmaterial sowie PoS-Materialien auch Promotion-Geräte, die der Händler seinen Kunden zum Testen zur Verfügung stellen kann. Die im Einzugsgebiet des jeweiligen Händlers vorhandenen kaufkräftigen Abonnenten



Zahlreiche integrierte Hörstücke informieren Reisende und Städtetouristen über Sehenswürdigkeiten. Neben den reinen Informationen gibt es vielfach auch Original-Audiozitate, beispielsweise Auszüge aus berühmten Reden oder Konzerten.

der Premium-Magazine der Ganske Verlagsgruppe, zum Beispiel Der Feinschmecker, Architektur & Wohnen oder Wein Gourmet, werden per Mailings durch iPublish auf das Angebot des Merian scout Navigators beim Händler hingewiesen. Leininger: „Durch diese Direktmarketingaktionen erschließt der Handelspartner zugleich ein neues Kundenpotential.“ www.ipublish.de

Vom TÜV geprüft und zertifiziert

Der Merian scout Navigator hat als erster elektronischer Reisebegleiter das TÜV-Siegel erhalten. Geprüft und zertifiziert wurden sowohl der innovative multimediale ReiseGuide als auch das integrierte Navigationssystem. Das TÜV-Siegel ist bereits die zweite Qualitätsauszeichnung für den Merian scout Navigator in kurzer Zeit: So hatte der Reisebegleiter kurz zuvor das Testurteil „gut“ (2,0) der Stiftung Warentest für den Bereich Navigation erhalten.

Zur IFA kommen zwei neue Geräte

iPublish baut das Produktportfolio rund um den Merian scout Navigator aus. Die neuen Produkte sollen erstmals auf der IFA 2008 präsentiert werden. Neben dem Merian scout Navigator, der bereits seit Ende letzten Jahres auf dem Markt ist, werden ab September zwei weitere Geräte erhältlich sein. Die Reisebegleiter unterscheiden sich sowohl in Hardware, Funktionsumfang und Zubehör-Ausstattung als auch im Umfang der vorinstallierten Reiseführer-Inhalte (ReiseGuides). Zur Differenzierung erhalten die beiden neuen Reisebegleiter den Zusatz C für Compact und I für Individual. Der bereits seit Ende 2007 im Markt befindliche Personal Travel Assistant wird den Zusatz P für Premium tragen.

iPublish liefert Informationen für mobile Menschen

Die iPublish GmbH ist ein elektronisches Verlagshaus für virtuelle Reise-führung und Reiseberatung. Das Unternehmen gehört zur Ganske Verlagsgruppe, die in diesem Jahr ihr 100jähriges Bestehen feiert. Bereits seit Ende der 80er Jahre engagiert sich die Ganske Verlagsgruppe im Bereich der elektronischen Medien und gründete im Jahr 2000 die iPublish GmbH. Diese widmete sich zunächst dem Geschäftsfeld Electronic Publishing für die Marken Merian, Der Feinschmecker oder Prinz. Mit dem Boom der Autonavigation spezialisierte sich iPublish auch auf die Produktion von Informations- und Unterhaltungselektronik für mobile Menschen. Das Unternehmen bietet umfangreiche und maßgeschneiderte Lösungen für Plattformen wie Autonavigationssysteme, Telematik, Personal Digital Assistant (PDA), Mobiltelefonie oder Internet. Unter der Marke Merian scout legt iPublish digitale Reiseführer für alle gängigen Navigationssysteme auf. Alle Reiseinformationen der Merian scout Produkte stammen aus der kombinierten Reise- und Eventdatenbank von iPublish. Die größte Datenbank dieser Art in Europa ist mit digitalisierten Printinformationen der oben genannten Magazine gefüllt. Die technische Entwicklung, Produktion und Applikation der Produkte und das Datenbank-Management werden bei iPublish zentral in München gesteuert.

debitel CEO Oliver Steil erläutert Strategien und Dienste

„Wir glauben ans mobile Internet“

„Wir glauben nicht nur daran, dass das mobile Internet kommen wird, sondern wir gehen sogar davon aus, dass es in nicht allzu langer Zeit massenmarktauglich sein wird. Als einer der großen Player der Mobilfunkbranche wollen wir einen entscheidenden Teil dazu beitragen, dass die mobile Datennutzung zum Erfolg wird.“ Wie der Service-Provider debitel das Thema beurteilt und welche Strategien und Dienste dazu momentan unter anderem in der Unternehmenszentrale entwickelt werden, erläuterte debitel CEO Oliver Steil im Rahmen eines Pressegesprächs in Stuttgart.

Die Schwelle zum Massenmarkt sei dann erreicht, wenn man ein Produkt ohne großen Beratungsaufwand an einem Freitagnachmittag oder einem Samstag in der Großfläche verkaufen könne. „Der spezialisierte Fachhandel, zum Beispiel die debitel-eigenen _dug telecom Shops, haben zwar gewöhnlich einen Kompetenzvorsprung gegenüber Großflächenmärkten und können Kunden detaillierter auch bei der Lösung schwieriger Probleme helfen, aber wenn man große Mengen an Ware bewegen will, dann geht das über die Großfläche“, so Steil. Seiner Definition nach hat ein Produkt die Massenmarktfähigkeit erreicht, wenn es selbst an einem vollen Beratungstresen von zwar geschulten, aber dennoch nicht so gut wie Fachverkäufer ausgebildeten Promotoren an einen ganz normalen Durchschnittskunden verkauft werden kann. „Das ist in der Telekommu-

nikationsbranche schon mehrfach gelungen, zum Beispiel bei Themen wie Prepaid, Discounttarife oder Flatrates, und ich bin davon überzeugt, dass dies auch beim Thema mobiles Internet gelingen wird“, betonte Steil.

Hoher Bedarf

Dass es beim Kunden einen hohen Bedarf an mobiler Datennutzung gebe, machte Steil unter anderem an den Vorhersagen der Marktforscher von Forrester Research fest. So prophezeit das Unternehmen beispielsweise, dass in fünf Jahren 38 Prozent aller europäischen Mobilfunknutzer mit ihren Geräten auch ins Internet gehen werden. Auch das iPhone von Apple habe gezeigt, wie rasant die Datennutzung ansteige, wenn der Kunde intelligente Geräte zur Verfügung gestellt bekäme. So verzeichnete beispielsweise der Mobilfunkanbieter Orange in Frankreich in den vergangenen

Monaten einen Datenumsatz von monatlich etwa 78 MB, während die Besitzer anderer Geräte durchschnittlich nur zwischen ein und zwei Megabyte aufwiesen. Und bei T-Mobile in Deutschland liegt die Datennutzung von iPhone Besitzern rund 30 Prozent über dem Durchschnitt.

Apples iPhone stehe laut Steil außerdem symbolisch für einen der Schlüsselfaktoren, die für einen Erfolg mobiler Internetdienste notwendig seien, und zwar für das Thema einfache Handhabung und logische, intuitive Benutzerführung. Weitere Faktoren seien



Die Einführung des Instant Messaging Dienstes ist einer von mehreren Schritten auf dem Weg zur Förderung der mobilen Datennutzung.

klare und transparente Tarifkonzepte, schnellere Datennetze und die Einführung von mehr und auf den Endgeräten besser nutzbaren Diensten und Anwendungen.

Lösungen entwickeln

„Es ist der Weiterentwicklung des mobilen Internets nicht zuträglich, wenn alle Hersteller und Anbieter hier ihr eigenes Süppchen kochen und der Endverbraucher dann vor technischen Problemen steht, die er scheinbar nicht lösen kann“, meinte Steil. debitel entwickle deshalb derzeit gemeinsam mit Partnern netz- und geräteunabhängige Lösungen und Anwendungen mit dem Ziel, den Endkunden risikofreie Produkte und Tarife anbieten zu können. Steil: „Wenn wir unsere Ideen realisieren können, dann wird der Nutzer einmal ein Endgerät in der Hand haben, bei dem er zum Beispiel mit wenigen Klicks fast automatisch E-Mail-Accounts einrichten kann, und zwar unabhängig davon, bei welchem Netzbetreiber und bei welchem E-Mail-Anbieter



debitel CEO Oliver Steil stellte im Rahmen eines Pressegesprächs aktuelle Aktivitäten des Unternehmens in Sachen mobile Internet- und Datennutzung vor.

er ist. Er wird außerdem Internetseiten aufrufen können, die optimal angezeigt werden und das Navigieren nicht zu einem Abenteuer machen. Und alles wird er zu einem Preis machen können, den er genau kennt und der ihm keine unangenehmen Überraschungen bereitet.“

Aktuelle Aktivitäten

Wie sich debitel den Weg zum „vorkonfigurierten Internethandy für jedermann“ vorstellt, skizzierte Steil anhand aktueller Aktivitäten des Unternehmens. So gibt es jetzt beispielsweise bei debitel (zunächst nur für die Nutzer eines Nokia Serie-60-Gerätes) ein sogenanntes „Dashboard“. Dieses legt eine zusätzliche Menüebene über die Handybedienung. So lassen sich die wichtigsten Anwendungen wie Telefonieren, E-Mail, Browser sowie der Zugriff auf eigene Kontodaten und ausgesuchte Funktionen deutlich einfacher bedienen.

Durch die Vertiefung der vor zwei Jahren begonnenen Partnerschaft mit dem norwegischen Softwarehersteller Opera wurde darüber hinaus der Webbrowser Opera Mini entwickelt, mit dem Handynutzer sofort ins Internet starten können. Dafür, dass das Surfen mit Opera Mini extrem schnell geschieht, sorgt ein leistungsfähiger Großrechner, der die entsprechenden Seiten zunächst in ein kleineres Format umrechnet. debitel wird diese Software zunächst auf den Sony Ericsson Modellen W760i, W890i, S500i, den Nokia Modellen Nokia 6220, Nokia 6500 Slide und Nokia N95 2GB und dem Samsung SGH-U900 integrieren.

Weiterhin bringt debitel die Chatdienste, die sich zunehmender Beliebtheit erfreuen, auf die Handys seiner Kunden: Mit dem browser-basierten Dienst debitel

Mobile Instant Messaging ist der Nutzer gleichzeitig in drei Welten zu Hause, denn der Dienst unterstützt sowohl die verbreitete Chat-Plattform ICQ als auch den MSN Messenger und den Yahoo! Messenger.

Dank des debitel@go Managers können Internetnutzer schließlich unabhängig mobil auf E-Mail-Dienste und das Internet zugreifen. Via Bluetooth oder USB-Kabel mit dem Notebook verbunden, dient dabei ein UMTS-Handy als Modem. Die nur bei debitel erhältliche Software unterstützt den Online-Zugang in allen Mobilfunknetzen und lässt sich den Angaben zufolge leicht installieren.

debitel Knüllerbox kommt gut an

Die debitel Knüllerbox kommt laut Anbieter bei den Kunden gut an, der Abverkauf in den _dug- und Talkline-Shops hat die Erwartungen laut debitel CEO Oliver Steil erfüllt. Das



Paket besteht aus einem HTC Touch Dual Smartphone, einem Microsoft Office Paket in der „Home and Student“-Version und einer Datenflatrate. Die Knüllerbox, die auch die Windows Live PC-Suite beinhaltet, wird von debitel bei Vertragsabschluss zu einem Preis ab einem Euro angeboten. Beim Kauf können sich Interessenten für einen Vertrag im T-Mobile-, Vodafone- oder O₂-Netz entscheiden.



Norman Honke siegt bei „debitel Ideenwerkstatt“

In der Kombination von Mobilfunk und Internet liegen große Potentiale für den Mobilfunk-Fachhandel. Um sie zu erschließen, bedarf es einer neuen Marke – findet der Mosbacher Fachhändler Norman Honke, der mit diesem Konzept für den Aufbau einer reinen Mobildatenmarke den mit 10.000 Euro dotierten ersten Preis bei der „debitel Ideenwerkstatt 2008“ gewann. Diesen hatte das Stuttgarter Unternehmen gemeinsam mit einer Fachzeitschrift im Frühjahr ausgeschrieben, und insgesamt 218 Händler aus allen Teilen der Republik hatten sich beteiligt.



MP3

MediaPlayer XS von Freecom

Der MediaPlayer XS verwandelt jeden USB-Massenspeicher in einen MediaPlayer mit direktem Anschluss an einen beliebigen Fernseher. Auf USB-Speichern gesicherte Dateien, wie Filme, Urlaubsfotos oder Musik, lassen sich am TV oder Plasmabildschirm abspielen. Dazu wird das USB-Gerät in den USB-Anschluss des MediaPlayers XS gesteckt und der MediaPlayer XS über den mitge-



lieferten SCART-Anschluss oder das AV-Kabelset mit dem Fernseher verbunden. Über ein On-Screen-Menü auf dem Fernseher lässt sich die Einheit nun per Fernbedienung steuern. Der MediaPlayer XS unterstützt sämtliche gängigen Videoformate, wie MPEG-1, 2, 4, DivX, Xvid, Audioformate wie MP3, WMA, WAV oder JPG-Fotoformate. Die Firmware wird stetig weiterentwickelt und online zum Download bereitgestellt.

www.freecom.de

Philips: Kraftwerke für mobile Geräte

Mit dem Akkupack Power2Go und dem Lader Power2Charge macht Philips Schluss mit dem Stromproblem bei portablen Geräten. Power2Go wird einfach zu Hause an der Steckdose geladen und bietet dann bis zu 60 Stunden mobilen Strom. Dank sechs verschiedener Adapter kann das Powerpack MP3-Player, Handys, Digitalkameras oder sogar Notebooks unterschiedlicher Hersteller aufladen. Die Modelle der Power2Charge-Reihe helfen beim



Laden mobiler Begleiter weiter, wenn eine Steckdose zur Verfügung steht. Bisher mussten auf Reisen verschiedene Ladegeräte für Notebook, Handy, Kamera oder MP3-Player mitgenommen werden. Dank der Universaladegeräte der Power2Charge-Reihe hat der Reisende mehr Platz im Gepäck. Das SCM7880 versorgt über sechs verschiedene Anschlussadapter unterschiedlichste Fünf-Volt-Geräte. Außerdem hat das SCM7880 einen Backup-Speicher, der bis zu 15 Stunden mobilen Strom bietet.

www.philips.de

Gear4 StreetParty III – mobile Soundmaschine

StreetParty III ist ein neues Stereo-Aktivlautsprechersystem von Gear4 für den iPod und viele andere tragbare MP3-Player mit Audio-Eingang.



Durch sein robustes Gehäuse ist das System bestens für den mobilen Einsatz im Freien geeignet. Zu Hause versorgt das mitgelieferte Stecker-Netzteil das StreetParty III mit Strom und lädt den eingesteckten iPod. Unterwegs lässt sich das StreetParty III in der Tasche verstauen. Das schlanke Gehäuse besitzt eine stabile Gitterblende, welche die integrierten Lautsprecher vor Beschädigungen schützt. Ausgestattet mit vier Mignon-Batterien oder Akkus sorgt das StreetParty III unterwegs für Musikgenuss.

Über den integrierten 3,5 mm-Klinkenstecker kann neben dem iPod auch jeder andere MP3-Player, der über einen Kopfhöreranschluss verfügt, am StreetParty III betrieben werden.

www.gear4.com

Neuer Multimedia-Player von TechniSat

Mit dem neuen TechniPlayer 8 kann man nicht nur Musik im MP3-Format, sondern auch Bilder und Videos abspielen. Neu ist der 8 GB große integrierte FLASH-Speicher, der zusätzlich über den SD/MMC-Kartenleser um bis zu 4 GB erweitert werden kann. Das handliche Gerät ist mit einem 2,2 Zoll Farb-Display ausgestattet und in den vier Farben Silber, Bordeaux-Rot, Schwarz und Titan erhältlich. Neben dem Gerät und einem Haltebändchen gehören ein Schnelllade-Netzteil sowie passende In-Ear-Kopfhörer zum Lieferumfang.

Auch ein USB-Datenkabel zum Anschluss an einen PC und eine Zubehör-CD mit Software (inklusive Flatster Client) sowie ein



Gutschein für 50 kostenfreie Songs, die über das Musik-Portal Flatster ausgewählt, aufgenommen und abgespielt werden können, sind Teil der Geräteausstattung. Der TechniPlayer 8 ist ab sofort für UVP 99,99 Euro erhältlich. www.technisat.de

Sansa Fuze – Design-MP3-Player von Sandisk

Der neue stylische MP3-Player Sansa Fuze ist in 2, 4 und 8 GB erhältlich. Als besonderes Merkmal verfügt der Sansa Fuze über einen microSD/SDHC-Kartenslot. Dadurch lässt sich die Speicherkapazität zusätzlich um bis zu 8 GB erhöhen. Dabei treten der Kartenslot und die dazugehörigen Karten an, die Tradition des Mixed Tapes wiederzubeleben. Einfach verschiedene Speicherkarten mit unter-

schiedlicher Musik bespielen – ein Jazz, ein Pop, ein Techno Tape – und der Anschluss des Players an den Rechner zum Musikbefüllen entfällt.



Der Sansa Fuze verfügt zudem über ein FM-Radio, ein integriertes Mikrofon und unterstützt Audible zum Hören von Hörbüchern. Darüber hinaus spielt das Gerät MP3-, WAV- und Windows Media Audio (WMA)-Dateien, sowohl bei ungeschützten als auch bei geschützten Dateien. Der Sansa Fuze unterstützt MPEG-4

Video und JPEG Fotos. Der eingebaute Akku bietet bis zu 24 Stunden Hör- und bis zu 5 Stunden Sehvergnügen und arbeitet mit den Betriebssystemen Windows XP und Windows Vista sowie Mac und Linux (im MSC-Modus). www.sandisk.de

TEAC: Neue MP3-Player

Mit dem eleganten MP-550, dem stylischen MP-233 sowie dem kompakten MP-277 vergrößert TEAC seine MP3-Serie um drei wei-

tere Geräte. Der MP-550 bietet auf dem 2,4“ großen hoch auflösenden TFT-Display nicht nur die Wiedergabemöglichkeit von Dateien im AVI-Movie-Format, sondern auch von Fotos im JPG-, BMP- und GIF-Format, die sich mit der Bildbrowserfunktion zu einer Dia-Show zusammenstellen lassen. Der MP-277 ist mit einem 1,8“ großen Display ausgestattet und unterstützt die Formate MP3, WMA, DRM9 und MP4-Movie. Die integrierte Lithium-Polymer-Batterie liefert Strom für bis zu zehn Stunden Musik. Der preisattraktive



MP-233 speichert bis zu 10 Stunden Musik und ist mit einem hoch auflösenden 1,5 Zoll TFT-Display ausgestattet. Die Player sind in Speicherkapazitäten von 1 Gbyte bis zu 4 GByte erhältlich. www.teac.de

Armendron – MP3-Player von Lexxum

Der Lexxum Lexx-Armendron aus der Cancun-Serie in schwarzer Hochglanz-Lackierung ist mit einem blauen Sensorfeld zur Navigation versehen. Das 1,8 Zoll-Farbdisplay hat eine Auflösung von 128 x 160 Pixeln und ist mit 4 GByte (79,- Euro) oder 8 GByte (99,- Euro) Speicherkapazität erhältlich. Das Gerät gibt Musikstücke der Formate MP3 und WMA (DRM 10) wieder und nimmt sowohl Sprache als auch das FM-Radioprogramm über den eingebauten Empfänger auf. Die Akkulaufzeit beträgt bis zu 7 Stunden. Der Player ist sowohl zum PC als auch zum MAC kompatibel. www.lexxum.de

www.shure.de

LIVE SOUND. TO GO.

PLUS X AWARD
ausgezeichnet für:
Bedienkomfort

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

SHURE
LEGENDARY PERFORMANCE™

www.livesoundtogo.de

Noise Cancelling-Kopfhörer von Sony

Mit seinen zwei neuen Kopfhörern MDR-NC500D und MDR-NC40 will Sony vor allem die Kunden bedienen, die beim Musikgenuss von den Außengeräuschen nicht gestört werden wollen. Dabei haben die Entwickler extrem gute Dämpfungsverhalten erreicht, so dass selbst in lauten Umgebungen, wie man sie beispielsweise in Flugzeugen oder in Zügen vorfindet, die Außengeräusche nicht an das Ohr gelangen.

Sonys digitaler Kopfhörer MDR-NC500D blendet bis zu 99 Prozent der Außengeräusche aus und sorgt damit für eine störungsfreie Musik- oder Sprachwiedergabe. Wann immer Lärm die Stille und Konzentration stört, sorgt der MDR-NC500D für Ruhe und Entspannung. Ob im Flugzeug abgeschirmt vom Getöse der Turbinen oder in der Bahn von den Geräuschen der Mitreisenden – Besitzer des neuen Sony Noise Cancelling Kopfhörers kommen deutlich ausgeruhter und frischer an ihren Zielort.

Bei diesem neuen Kopfhörer setzt Sony zum ersten Mal künstliche Intelligenz (Artificial Intelligence = AI) ein. Ist der sogenannte AI-Modus eingestellt, analysiert der Prozessor im MDR-NC500D sekundenschnell den Charakter der Umgebungsgläusche und wählt einen der drei zum Lärmprofil passenden Geräuschminderungs-Modus aus.

Alternativ dazu kann der Anwender seine Wahl auch manuell treffen. Bei Bedarf lässt sich die Geräuschminderung auf Knopfdruck ausschalten, um zum Beispiel im Flugzeug eine Durchsage zu verfolgen.

Großzügig dimensionierte Treiber mit 40 Millimeter Durchmesser und ein digital generierter Klang machen den MDR-NC500D zu einem hervorragenden



den HiFi-Kopfhörer mit großer Frequenzbreite und guter Dynamik. Gleichzeitig arbeitet der Kopfhörer so sparsam, dass eine Akkuladung für bis zu 15 Stunden Betrieb ausreicht. Im Notfall kann der Kopfhörer auch mit handelsüblichen AA-Mignon-Batterien betrieben werden. Beide Modelle sind ab sofort erhältlich, die unverbindliche Preisempfehlung liegt für den MDR-NC500D bei 400,- Euro und für den MDR-NC40 bei 100,- Euro. www.sony.de

BESUCHEN SIE DIE **HALL OF FAME** DES GR

**TV
SPIELFILM**

präsentiert den



PLUS X

ERLEBEN SIE VOM 29.8. BIS ZUM
DES JAHRES IN EINER GANZEN ME
GENIEßEN SIE DAS ABWECH

EP:
ElectronicPartner

Die Hall of Fame is
mit ElectronicPar

Produktpräsentation der siegreichen Hersteller • Live-Cooking mit Fernseh-Gourmet-Koch
laden zum Entspannen ein • Großes ElectronicPartner Business



auto
entertainment.de

av
magazin.de

ce & trade
digitalMarkt

DIGITAL
TESTED

domotecnica

Elektro
Markt

imm

koelnmesse

marktunddesign



Küche

mobile
zeit

pholokino
world of imaging

pl

GRÖßTEN TECHNOLOGIE-CONTEST EUROPAS



AWARD®

3.9.2008 DIE BESTEN PRODUKTE
SSEHALLE (7.1c) AUF 1.100 m² UND
SLUNGSREICHE PROGRAMM



ist eine Kooperation
tner und MediMax

h im „Meine Küche“ Kochstudio • Die fatboy Chill Out-Area und die De'Longhi Coffee-Bar
ss-Center • Plus X Award Business-Club mit Sushi Meister Jong



ITK-Branche und Weltklima

Die anhaltende CO₂-Diskussion und rapide ansteigende Kosten für Energie zwingen Hersteller und Anwender von Produkten der IT- und Kommunikationsbranche zum Nachdenken über Kosteneinsparungen durch geringeren Energieverbrauch. „Green IT wird nicht wie ein Hype-Thema wieder verschwinden, sondern dauerhaft auf der Agenda bleiben“, hat Dirk Heiss, Gartner Consulting, bei einer Pressekonferenz auf der diesjährigen CeBIT, der ersten CeBIT Pressekonferenz zum Thema Green IT überhaupt, prophezeit. Bei Podiums-Diskussionen zwischen Vertretern von Bitkom und World Wild Life Fund, der Climate Savers Computing Initiative und Vertretern großer Firmen ist man sich einig, dass es für die ITK-Branche immer wichtiger wird, beim Energieverbrauch etwas zu bewegen.

Inzwischen nutzen mehr als drei Milliarden Menschen ein Mobiltelefon und eine Milliarde einen Computer. IT-Berater Gartner (USA) errechnet für die Nutzung des Internets, den Gebrauch von Handys und PDAs und die Kosten zur Erzeugung und Entsorgung der Geräte eine gleich hohe CO₂-Emission wie der internationale Flugverkehr verursacht.

Laut dem Bundesumweltministerium werden in Deutschland mehr als zwei Prozent des Stromverbrauchs durch das Internet verursacht. Informations- und Kommunikationstechnik verbrauchen weitere acht Prozent. Andere

Stimmen sehen dagegen die ITK-Branche als eine Grundvoraussetzung für Klimaschutz, weil Energie-Einsparungspotentiale nur mit Hilfe der Informationstechnologie erforscht und umgesetzt werden können.

Nutzungseffizienz bestimmt den Energieverbrauch

Die Reduzierung der Leistungsaufnahme von Komponenten und Geräten gehörte auch ohne globale Erwärmung und steigende Energiepreise stets zu den primären Konstruktionszielen bei der Entwicklung von ITK-Produkten.

Denn durch Energieverbrauch verursachte Abwärme macht teure Kühlungsmaßnahmen erforderlich und beeinträchtigt die Stabilität, Lebensdauer und Zuverlässigkeit elektronischer Systeme. Deshalb lässt sich der Energieverbrauch von ITK-Geräten weit wirksamer durch effiziente Nutzung beeinflussen.

Als erste Maßnahme gilt es, das Bewusstsein der Anwender für diesen Zusammenhang zu schärfen. Niemand käme auf die Idee, den Motor seines Autos den ganzen Tag laufen zu lassen, ohne es zu benutzen. IDC hat ermittelt, dass bis zu 90 Prozent

der vorhandenen Rechenleistung ungenutzt bleiben. Das gilt auch für Rechenzentren. SAS Institute sieht für alle IT-Anwender die zwingende Notwendigkeit, ihre Infrastrukturen unter dem Aspekt Energieeffizienz zu betrachten. Das Potential zur Optimierung und kosteneffizienteren Einsatzplanung von Servern gilt als gigantisch.

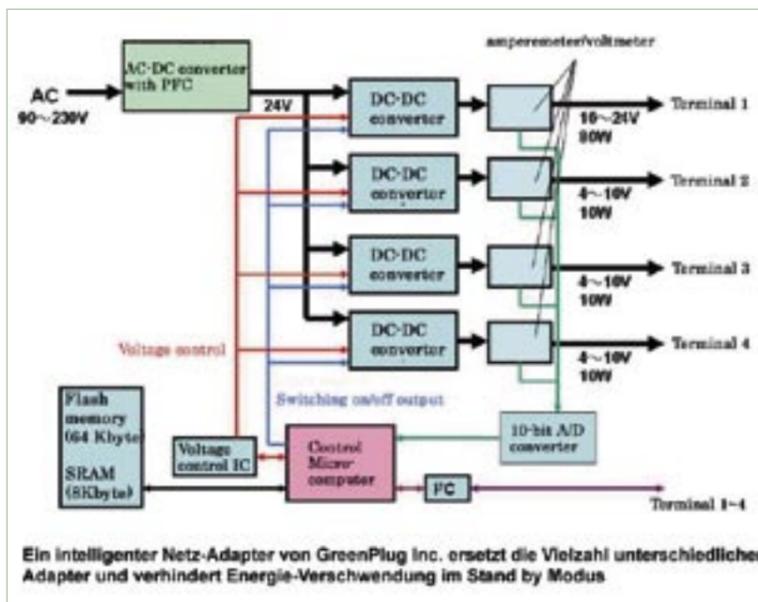
SAS IT Resource Management ermöglicht den kompletten Überblick über die vorhandene IT-Infrastruktur und schafft die Voraussetzungen zur Konsolidierung von Servern und Optimierung von IT-Prozessen.

Green Plug beendet Energie-Verschwendung durch AC-Adapter

Ein bekanntes Problem sind die zahllosen, sich nur geringfügig unterscheidenden, aber untereinander nicht austauschbaren Netz-Adapter (AC/DC-Converter) für einen großen Teil aller erhältlichen ITK-Produkte. Sie zwingen den Anwender, immer den richtigen Adapter bereitzuhalten oder auf Reisen mitzuführen und verschwenden bei ihrer milliardenfachen Herstellung riesige Mengen an Rohstoffen und Energie.

Die Adapter sind relativ primitiv konstruiert, haben eine geringe Energie-Effizienz und verbrauchen auch dann Energie, wenn angeschlossene Geräte nicht benutzt werden. Der US-Hersteller Green Plug Inc., USA, bietet mit seinem „Intelligenten Netzteil“ eine Möglichkeit, diesen Unsinn zu beenden. Das Gerät wandelt Netzstrom in 24 Volt Gleichspannung um und stellt mit Hilfe intelligenter Chip-Elektronik vier unterschiedliche Ausgangsspannungen bereit, die sich automatisch abschalten lassen, wenn das angeschlossene Gerät nicht benutzt wird.

www.greenplug.us



IT



BenQ Projektor MP512ST für Gamer und Filmliebhaber

BenQ präsentiert mit dem MP512ST einen neuen DLP-Projektor mit asphärischer Kurzdistanzlinse, der auch bei begrenztem Platz und in kleineren Räumen optimal einsetzbar ist. Auch aus sehr kurzer Entfernung können große brillante Bilder projiziert werden. Mit einem Meter Projektionsabstand lässt sich eine Bild-diagonale von 140 cm (55 Zoll) realisieren. Bei interaktiven Gaming-Events oder Filmabenden können sich die Personen frei im Raum bewegen, ohne die Bildbetrachtung



zu stören. Umfangreiche Anschlussmöglichkeiten wie HDMI-Schnittstelle, 2.200 ANSI-Lumen, ein Kontrastverhältnis von 2.500:1,

SVGA-Auflösung mit 800 x 600 Bildpunkten und zwei integrierte 5-Watt-Stereo-Lautsprecher machen den MP512ST zum perfekten Home-Entertainer. Der BenQ Projektor ist ab August 2008 zum UVP von 699,- Euro lieferbar. www.benq.de

22 Zoll großes Display von Iiyama mit Farbvoreinstellungen

Mit dem ProLite E2207WSV kündigt Iiyama ein neues Display im 22-Zoll-Format an. Die Auflösung beträgt 1.680 x 1.050 Bildpunkte. Der Anwender kann eine von mehreren zur Verfügung stehenden Bild- und Farbvoreinstellungen für Texte, Spiele und Filme auswählen.

Das Display passt Farbtemperatur, Kontrast- und Helligkeitswerte automatisch optimal an die jeweilige Anwendung an. Der ProLite E2207WSV ist mit einem TN-Panel bestückt und ermöglicht Betrachtungswinkel bis zu 170 Grad horizontal und 160 Grad vertikal. Das Kontrastverhältnis liegt bei 1.000:1, die Helligkeit bei 300 Candela pro

Quadratmeter. Die Reaktionszeit beträgt 5 ms (gray to gray). Das Display besitzt lediglich einen VGA-Anschluss für analoge Bildsignale. In den Bildschirmrand sind zwei Lautsprecher integriert.

Die Leistungsaufnahme wird von Iiyama mit 38 Watt im Betriebszustand und 2 Watt im Schlafmodus angegeben. Die Gehäuse-Abmessungen betragen 517 x 410 x 220 mm, das Gewicht 5,5 kg. Der Iiyama ProLite E2207WSV ist zum UVP von 220 Euro lieferbar. www.iiyama.com

Acer ErgoStand: Vielseitiger, ergonomischer Display-Standfuß

Wer an seinem Schreibtisch in entspannter Körperhaltung arbeiten will, kann dies mit einem Acer ErgoStand möglich machen. Die für Monitore und ultra-kleine Formfaktor PCs von Acer entwickelte Display-Halterung ist leicht zu installieren und erlaubt von allen Positionen aus den optimalen Blick auf das Monitorbild. Die ergonomisch vorteilhafteste Ausrichtung auf die individuelle Ar-

beitsumgebung ist mit dem ErgoStand ein Kinderspiel. USFF-Desktop-PCs werden gleichzeitig auch vor Staub und Kratzern geschützt. Am ErgoStand lassen sich Widescreen-LCDs von 17 bis 22 Zoll mit bis zu sieben Kilogramm Gewicht problemlos befestigen und aufstellen. Der Acer ErgoStand ist zum UVP von 69,- Euro erhältlich. www.acer.de



Open-Source-Software findet gestohlene Notebooks

Die freie Software Adeona kann dabei helfen, gestohlene oder verlorene Notebooks wieder aufzufinden. Dazu senden spezielle Verfolgungsprogramme über LAN-, Internet-, oder WLAN-Verbindungen Informationen, anhand derer sich der Standort des Notebooks ermitteln lässt. Adeona will mit dieser Soft-

ware eine freie und sichere Alternative zu proprietären Lösungen bieten. Die Software wird an der Universität Washington entwickelt, mit Beteiligung der Universitäten San Diego und California Davis. Adeona wird auf einem Notebook installiert und sendet auch zu nahegelegenen Routern Informationen, mit deren Hilfe die Polizei das Gerät eventuell wieder auffinden kann, erklären die Entwickler. Adeona verschlüsselt alle Daten, damit es für Dritte unmöglich ist, auf diese zuzugreifen.

Der Besitzer eines gestohlenen Notebooks soll jedoch mit seinen Zugangsdaten alle Informationen abrufen können. Die aktuelle Entwicklerversion Adeona 0.2.1 ist für Linux, MacOS X 10.4 und 10.5 sowie für Windows XP und Vista als Download verfügbar.

Eine kurze Installationsanleitung gibt es auf den Projektseiten. Derzeit wird die Möglichkeit geprüft, Adeona auch für das iPhone und für Windows-Mobile-Geräte einzusetzen. www.adeona.de

10 Jahre Sony Vaio Notebooks:

Aktuelles Sommer Line-up

Zehn Jahre Erfahrung in der Produktion und Entwicklung von Notebooks, neueste Technologien und modernste Materialien: Das ist der Stoff, aus dem das aktuelle Sony Vaio Sommer Line-up 2008 gemacht ist. Ganz gleich, ob Business- oder Consumer-Notebook, portabler Multimedia-Rechner oder kompakte Kommunikations-Zentrale: In jedem der Modelle kulminiert sich das Potential einer vollen Dekade „Vaio Experience“ und macht sie zu attraktiven und begehrten Begleitern im Alltag. Zum zehnjährigen Jubiläum der Vaio-Rechner überrascht Sony den Handel und die Anwender mit neuesten Modellen in vier Geräteserien für unterschiedliche Einsatzbereiche.

High-Tech Feuerwerk: Sony Vaio 2008

Bisher stand der Markenname Vaio für den Begriff „Video Audio Integrated Operation“ und damit für den Anspruch, nicht ein einfaches IT-Produkt, sondern ein perfekt abgestimmtes Gesamtpaket anzubieten. Ab dem Sommer 2008 steht Vaio für „Video Audio Intelligent Organizer“, denn Vaio lässt Innovationen aus anderen Sony Produktparten in die Entwicklung einfließen. Ab dem Sommer Line-up 2008 setzt Sony auf ein zylindrisches Design der Scharnier-Einheit mit neu gestalteten, robusten Gelenken, die Gehäuse und Display auf ästhetische Weise miteinander verbinden. In das zylindrische Rückgrat ist ein im Betriebszustand in hellem Smaragd-Grün erstrahlender Power-Schalter eingebunden. Alle neuen Vaio-Serien sind mit dem markanten „Isolation Keyboard“ ausgestattet, das deutliche Zwischenräume zwischen den leicht nach innen gewölbten Tasten lässt und so die Anzahl der Tippfehler vermindert. Alle Modelle der neuen Vaio Serien sind mit Trusted Platform Module Technologie, Fingerprint-Sensor und mechanischem Festplattenschutz ausgestattet, der vor Datenverlust durch Stoßbelastung oder versehentliches Fallenlassen des Notebooks schützt. Alle neuen Modelle verfügen über WLAN 802.11a/b/g/n (Draft) sowie Bluetooth und besitzen eine Webcam.

Business-Notebooks: Vaio BZ-Serie

Mit der neuen BZ-Serie spricht Sony professionelle Anwender an, die ein zuverlässiges Arbeitsgerät mit hervorragenden Leistungsdaten im exklusiven Vaio-Design suchen. Ein 15,4-Zoll X-black LC-Display mit energiesparender LED-Hintergrundbeleuchtung sorgt für längere Akkulaufzeiten und gut erkennbare Bildinhalte auch bei hellen Umgebungen. Die leichten, für mobile Nutzung optimierten, nur 2,6 kg wiegenden Notebooks der BZ-Serie halten mit

ihrem robusten Magnesiumgehäuse auch stärkeren Stößen mühelos stand. Durch den erstmaligen Einsatz der Intel Centrino VPRO-Technologie ist die BZ-Serie für den Einsatz in Unternehmen besonders interessant: Software und Betriebssystem der Notebooks können durch Administratoren per Internet gewartet werden. Bei Entdeckung eines Virus oder Trojaners wird das Notebook automatisch aus dem Firmennetz ausgegliedert, um die Verbreitung des Schädling im Unternehmensnetzwerk zu verhindern. Für Präsentationen stellen die Modelle der BZ-Serie ein besonderes Feature bereit: Per Tastendruck wechselt das Notebook in den optimierten Präsentationsmodus, der unerwünschte Status-Meldungen der parallel laufenden Anwendungen unterdrückt (zum Beispiel Microsoft Outlook). Während einer Vollbild-Präsentation auf einem externen Ausgabegerät wird diese auf dem Bildschirm des Anwenders im Bearbeitungsmodus mit Notizen und Vorschau der nächsten Folien dargestellt. Komplizierte Einstellungen sind dazu nicht erforderlich: Es genügt, das Notebook an einen Projektor anzuschließen, den Präsentationsmodus zu starten und mit der Präsentation zu beginnen. Die Maximalkonfiguration der BZ-Modelle umfasst: Intel Core 2 Duo P8600 mit Intel Centrino 2 Technologie, 4 Gigabyte Hauptspeicher, 200 Gigabyte HD (7200 rpm), CD/DVD-Brenner, Mobile Intel GMA 4500MHD Grafikkarte, Isolation Keyboard, WLAN, Bluetooth, Windows Vista Business, Win DVD Software, Adobe Photoshop Elements, Adobe Acrobat Standard.



Die Vaio BZ-Serie bietet zuverlässige Arbeitsgeräte mit hervorragenden Leistungsdaten im exklusiven Vaio-Design mit 15,4-Zoll X-black LC-Display und LED-Backlights.

Neben WLAN und Bluetooth besitzen die 1,5 kg leichten Vaios der Z-Serie eine integrierte HSDPA-Karte für schnelle Internetverbindungen über das Mobilfunknetz.

Großes Kino und Office Desktop: Vaio FW-Serie

Die Notebooks der neuen FW-Serie hat Sony konsequent auf Multimedia-Anwendungen ausgerichtet: Zum Einsatz kommt ein neuartiges 16,4-Zoll X-black LC-Display im 16:9-Format mit doppelter Hintergrundbeleuchtung und 1.600 x 900 Pixeln (WXGA++). Es liefert gestochen scharfe Bilder und Farben in nie gesehener Natürlichkeit. Trotz des 16,4-Zoll-Displays sind die Vaios der FW-Serie extrem leicht und kaum größer als Notebooks mit 15-Zoll-Display. Weil ein großer Sound für den echten Kinogenuss unverzichtbar ist, hat Sony die FW-Serie mit „Dolby Room Technologie“ und virtuellem Raumklang über Kopfhörer ausgestattet. Fast alle Vaio FW-Modelle sind mit einem Blu-ray-Laufwerk oder Brenner ausgestattet und besitzen eine HDMI-Schnittstelle für die verlustfreie Übertragung von 1.080p-Bildsignalen und 7.1-Mehrkanaal-Sound. Neben Adobe Photoshop und Adobe Premiere Elements ist exklusive Sony Multimedia-Software für die Bearbeitung und Nutzung von Medieninhalten vorinstalliert. Die Maximalkonfiguration der FW-Modelle umfasst: Intel Core 2 Duo T9400 mit Intel Centrino 2 Technologie, 4 Gigabyte Hauptspeicher, 300 Gigabyte HD (7.200 rpm), Blu-ray Brenner, ATI Mobility Radeon HD 3650 Grafikkarte, Isolation Keyboard, WLAN, Bluetooth, Windows Vista Ultimate, Adobe Photoshop Elements, Adobe Premiere Elements, Vaio Movie Story, Vaio Media Plus, Vaio Music Box.

Ideale Begleiter: Vaio SR-Serie

Immer öfter nutzen Anwender ihren portablen Rechner sowohl geschäftlich als auch privat. Die neue Vaio SR-Serie ist eine optimale Lösung für beide Einsatzbereiche. Mit ihrem kompakten Design, nur 1,85 kg Gewicht, umfassender Ausstattung und hohen Leistungsreserven sind die SR-Modelle ideal dazu geeignet,



um nach der täglichen Arbeit mit nach Hause genommen zu werden. Individuell erstellbare Nutzungsprofile sorgen für den nahtlosen Übergang zwischen geschäftlicher und privater Nutzung. Das mit energieeffizienter LED-Hintergrundbeleuchtung arbeitende 13,3-Zoll X-black Breitbild-Display (WXGA) liefert auch in hellen Umgebungen ein sehr gut erkennbares Bild. Die Maximalkonfiguration der SR-Modelle umfasst: Intel Core 2 Duo P8400 mit Intel Centrino 2 Technologie, 4 Gigabyte Hauptspeicher, 200 Gigabyte HD (7.200 rpm), CD/DVD-Brenner, ATI Mobility Radeon HD3470, Isolation Keyboard, WLAN, Bluetooth, Windows Vista Business, WinDVD 8.0 for Vaio, Windows Media Player 11, Adobe Photoshop Elements 6, Easy Media Creator 9.



Mit nur 1,85 kg Gewicht und individuell konfigurierbaren Nutzungsprofilen sind die kompakten SR-Modelle ideal dazu geeignet, um nach der täglichen Arbeit mit nach Hause genommen zu werden.

Kommunikation mit HSDPA und allen Funkstandards: Vaio Z-Serie

Die Vaio Notebooks der neuen Z-Serie sind ideal für Anwender, die viel unterwegs sind, ein leichtes, kompaktes Arbeitsgerät suchen und bei der Performance keine Kompromisse eingehen wollen. Durch Verwendung eines hochwertigen Kohlenstoff-Materials sind die Modelle der Vaio Z-Serie extrem leicht und widerstandsfähig. Das extra dünne 13,1-Zoll X-black Breitbild-Display mit 1.600 x 900 Pixeln im nativen 16:9-Format und LED-Hintergrundbeleuchtung überzeugt mit detailreichen Bildern höchster Farbtreue. Mit weniger als 1,5 kg Gewicht setzt die Z-Serie in der 13-Zoll-Klasse neue Maßstäbe. Neben schnellem WLAN und Bluetooth besitzen die Vaios der

Z-Serie eine integrierte HSDPA-Karte für schnelle Internetverbindungen über das Mobilfunknetz, fernab von WLAN Hot Spots. In das Display integrierte Antennen sorgen für die bestmögliche Empfangsqualität und machen externe Antennen überflüssig. Mit Vaio Smart Network kann zwischen verschiedenen Netzen hin und her geschaltet werden. Der durch die SZ-Serie bereits bekannte Grafikkartenwahlschalter ermöglicht dem Anwender, zwischen dem integrierten Grafikchip im Stromsparmodus und der leistungsstarken nVidia-Grafikkarte je nach benötigter Performance umzuschalten. Die Maximalkonfiguration der FW-Modelle umfasst: Intel Core 2 Duo P9500 mit Intel Centrino 2 Technologie, 4 Gigabyte Hauptspeicher, 320 Gigabyte HD (7.200 rpm), CD/DVD-Brenner, NVIDIA GeForce 9300M GS Grafikkarte, Isolation Keyboard, WLAN, Bluetooth, Windows Vista Business, Adobe Photoshop Elements, Easy Media Creator 9, Adobe Reader 8.1, Adobe Standard 8, Microsoft Office Ready 2007.

3P – Produkt, Prozess und Planet

Bei der Entwicklung und Herstellung von Produkten beachtet Sony den Schutz natürlicher Ressourcen und ist laut eigenen Aussagen bestrebt, die Umwelt nachhaltig zu schützen. Dabei konzentriert sich Sony auf die Reduktion von CO₂-Emissionen, die Anhebung des Anteils erneuerbarer Energien am Energieverbrauch und die Verringerung des Rohstoffverbrauchs. Sony hat sich verpflichtet, die Herstellung und die betrieblichen Abläufe einer permanenten Kontrolle zu unterziehen, um sicherzustellen, dass seine Produkte umweltfreundlich entwickelt und hergestellt werden. Dieser als „3P“ bezeichnete Ansatz steht für „Produkt, Prozess und Planet“. Das erklärte Ziel des japanischen Unternehmens ist es, auch bei „Green IT“ weltweit eine Vorreiterrolle einzunehmen.

www.sony.de

IT



Neue LB80 LCD-Projektor-Serie von Panasonic

Die 5 neuen Modelle der kompakten LB80 Installations-Projektor-Serie überzeugen mit zahlreichen Innovationen und setzen mit ihrer hervorragenden Bildqualität, Bedienungsfreundlichkeit und Zuverlässigkeit das Konzept der erfolgreichen LB-Serie fort. Die kompakten, handlichen Projektoren erreichen eine Lichtstärke von bis zu 3.200 ANSI-Lumen. Ein speziell entwickeltes, staubabweisendes Gehäuse schützt das Projektionssystem und die Optik vor Staub. Es ist nur an



einer Stelle für den Lufteinlass des Kühlsystems geöffnet. In das Gehäuse eingelassene, berührungsempfindliche Sensoren ersetzen das gewohnte Tastenfeld. Der Zoom- und Focusing wird im Ruhezustand durch eine Abdeckung geschützt. Diese Maßnahmen verlängern die Lebenszeit des Projektors und sichern ein gleichbleibend hohes Helligkeitsniveau. Die Modelle der LB80-Serie bieten Panasonic Partnern, Händlern und Kunden eine breite Auswahl und stellen für nahezu jedes Installationsvorhaben zahlreiche Optionen zur Verfügung: Drei der neuen Projektoren besitzen WLAN-Schnittstellen und lassen sich mit Windows-PCs und Mac-OS-Rechnern kabellos verbinden: Auf die Modelle PT-LB80NTE, PT-LB75NTE und PT-LW80NTE können mehrere Nutzer gleichzeitig zugreifen. Die NTE-Modelle zeigen bei Bedarf zeitgleich Bilder von bis zu 16 PCs. Alternativ können von einem PC aus bis zu acht Projektoren bespielt werden. Der PT-LB80NTE und der PT-LB80E projizieren mit 3.200 ANSI Lumen besonders helle Bilder. Mit dem PT-LW80NTE steht auch ein Projektor mit Widescreen-Optik zur Auswahl. Die Modelle PT-LB80E und PT-LB75E weisen mit Ausnahme ihrer Wireless-Funktion die gleichen Eigenschaften wie die gleichnamigen NTE-Geräte auf. Das Betriebsgeräusch ist mit 29 dB sehr leise. Alle Geräte sind mit Daylight View 4-Technologie ausgestattet, mit der sich die Bildeinstellungen automatisch an die Lichtverhältnisse im Raum anpassen lassen. Alle fünf Projektoren können auch im Energiesparmodus betrieben werden. Besonders anwenderfreundlich sind der einfache Wechsel der Projektionslampen und die zahlreichen Diebstahlsicherungen. www.panasonic.de

Acer Aspire 7530 und 5530: Multimedia-Notebooks im Gemstone-Design

Bei den neuen Notebook-Serien Aspire 7530 (17 Zoll) und Aspire 5530 (15 Zoll) setzt Acer als einer der ersten Anbieter die neue AMD Turion 64 X2 Ultra Dual-Core Mobiltechnologie mit AMD

HyperTransport 3.0 ein. Die Zielgruppe sieht Acer bei privaten Anwendern, die ein umfassend ausgestattetes Notebook für anspruchsvolle Multimedia-Anwendungen suchen. Beide Notebook-Serien sind mit der weichen Linienführung des preisgekrönten Gemstone Designs gestaltet. Die Form des holografischen 3D-Covers mit saphirblauem Sub-Layer und Acer-Logo wirkt wie ein fein geschliffener Edelstein. Leicht bedienbare Media-Tasten ermöglichen den schnellen Zugriff auf Funktionen wie WLAN, Internet, Bluetooth, E-Mail und Acer Arcade. Die WXGA High-Brightness TFT-Displays mit Acer CrystalBrite überzeugen mit realistischer 3D-Grafik und scharfen, brillanten Bildern mit hohem Farbreichtum. Als Grafiklösungen stehen neueste ATI Radeon und NVIDIA Geforce Grafikkarten mit bis zu 512 MB DDR3 VRAM zur Verfügung. Die Ausstattung umfasst unter anderem: Dolby Home Theater Technologie mit True 5.1 Output, Acer InViLink 802.11b/g WLAN, Acer Video Conference-Lösung mit Crystal Eye Webcam und Video Conference Manager, VoIP Phone über Bluetooth für volle Bewegungsfreiheit beim Telefonieren und ein Fingerabdruck-Lesegerät mit Acer Bio-Protection. Ein Blu-ray-Laufwerk und HDMI-Port stehen für HD-Filme und Spiele bereit. Ein DVB-T Tuner ist integriert und ermöglicht die Aufzeichnung von TV-Sendungen. 4 GB DDR2-Arbeitsspeicher mit 667 MHz und Dual Channel sorgen für hohe Systemleistung. Festplatten mit 640 GB und 320 GB bieten viel Platz für Daten. Als Zubehör ist die Dockingstation Acer EasyPort IV mit vier USB-Ports, DVI-D-, VGA- und Audioanschlüssen erhältlich. Wahlweise vorinstalliert wird Windows Vista Ultimate, Vista Home Premium oder Vista Home und ein umfangreiches Software-Paket. Acer Aspire Notebooks werden mit 2 Jahren Garantie inklusive einjähriger Internationaler Carry-In-Garantie ausgeliefert, die sich mit AcerAdvantage auf 3 Jahre verlängern lässt. www.acer.de

MSI Notebook PR211 für Business Professionals

Mit dem PR211 erweitert MSI seine erfolgreiche Notebook-Serie für Business Professionals um ein Modell mit AMD Turion X2 Ultra Dual-Core Mobilprozessor und ATI RS780G Chipsatz. Die integrierte ATI Radeon Xpress 3200 DirectX10-Grafik stellt selbst anspruchsvollste Anwendungen und Spiele flüssig dar. Die neueste Chipsatzgeneration von AMD/ATI (Codename Puma) garantiert hervorragende Multimedia-Performance. Für scharfe Bilder mit satten, natürlichen Farben sorgt ein 12,1-Zoll WXGA TFT/LCD-Display mit 1.280 x 800 Bildpunkten Auflösung. Die integrierten Kommunikations-Schnittstellen Gigabit LAN, 802.11 b/g/n (Draft) WLAN und Bluetooth ermöglichen an nahezu jedem Ort mobiles Arbeiten mit Internet-Zugang und zusammen mit der integrierten 1,3-Megapixel Webcam und AI Array-Mikrofon auch

Video-Telefonie und -Meetings. Mit Fingerprint-Scanner und MSI FileSafe ausgestattet, bietet das PR211 Notebook hohe Datensicherheit. Mit drei USB 2.0-Anschlüssen, einem 3-in-1 Kartenleser, DoubleLayer-SuperMulti-DVD-Brenner, 250 GB fassender Festplatte und einem HDMI-Ausgang ausgestattet, stellt das kleine, nur 1,8 Kilogramm wiegende Notebook auch für anspruchsvolle Business-Anwender eine hohe Systemleistung bereit. Das MSI Notebook PR211 wird mit Microsoft Windows Vista Home Premium ausgeliefert. www.msi.tw

Samsung startet Massenproduktion von 128 GB Solid State Drives

Der Halbleiterhersteller Samsung Electronics hat mit der Massenproduktion von 1,8 und 2,5 Zoll großen, auf MLC-SSD-Technologie (Multi-Level-Cell) basierenden Solid State Drives begonnen. Die ohne bewegte Teile mit Festspeicher-Chips arbeitenden Laufwerke werden mit Speicherkapazitäten von 128 GB und 64 GB hergestellt. Im Vergleich zu herkömmlichen magnetischen Festplattenlaufwerken sind SSDs gegenüber Beanspruchung durch Stoß und Fall wesentlich unempfindlicher und bieten eine höhere Zuverlässigkeit. Der Boot-Vorgang von Rechnern und der Start von Anwendungen werden beschleunigt. Der Energieverbrauch ist geringer als bei magnetischen Festplatten. Laut Angaben von Samsung haben die neuen SSDs im Standby-Modus einen Energieverbrauch von rund 0,2 Watt und im aktiven Betrieb 0,5 Watt. Die MLC-basierten Samsung SSDs erreichen Lesegeschwindigkeiten von 90 MByte/s und Schreibgeschwindigkeiten von 70 MByte/s. Die erreichten Werte entsprechen nahezu den Leistungsdaten der schon seit einiger Zeit produzierten SLC-basierten (Single-Level-Cell) SSDs. Die neuen Solid State Drives sollen laut Angaben des Herstellers eine ungefähr 20x längere Lebensdauer als Festplattenlaufwerke für Notebooks erreichen, bei denen im Mittelwert mit einer Lebensdauer von vier bis fünf Jahren gerechnet wird. Die MLC-basierten Samsung SSDs sind mit einer SATA-II Schnittstelle (Serial Advanced Technology Attachment) ausgestattet und haben ein Metallgehäuse mit den Abmessungen von 100 x 69,8 mm und einer Bauhöhe von 9,5 mm. www.samsung.de

Packard Bell EasyNote ML61 & SL81 mit AMD Turion x2

Mit dem 15,4-Zoll EasyNote ML61 und dem 17-Zoll EasyNote SL81 bringt Packard Bell zwei neue Notebook-Serien mit der neuen AMD Griffin-Plattform mit Turion x2 Ultra ZM-80 2.1 Ghz Prozessor und 4 GB Arbeitsspeicher auf den Markt. Das schlanke und elegante Black Diamond & Chrome Design folgt



einer perfekt umgesetzten modernen Formsprache. Die Packard Bell Designer haben sich bei der Gestaltung der neuen EasyNotes von der Klarheit und Einfachheit eines gefalteten Blatt Papiers inspirieren lassen: „Soft abgeschrägte Ecken, geradlinig und trotzdem nicht kantig“, teilt der Hersteller mit. Die Oberfläche der beiden neuen EasyNotes sind mit einer speziellen Beschichtung ausgerüstet, die „Schmierereien“ durch den Gebrauch verhindern oder erschweren soll. Emmanuel Fromont, Sales&Marketing Vizepräsident von Packard Bell, erklärt dazu: „Manchmal sind die einfachen Ideen und Lösungen die besten. Mit dieser speziellen Beschichtung behalten beide Geräte ihr elegantes Aussehen, so wie es von Produkten für den modernen Lifestyle erwartet wird.“ Der harmonische Gesamteindruck wird durch das angenehm wohlklingende Lautsprecher-system und das leicht bedienbare, durch Fingertipp aktivier- oder deaktivierbare runde Touchpad verstärkt. Das brillante Diamond View Display löst dargestellte Bildinhalte beim EasyNote ML61 mit 1.280 x 800 Bildpunkten und beim EasyNote SL81 mit 1.440 x 900 Bildpunkten auf. Das 15,4-Zoll-Notebook verfügt über eine ATI Mobility Radeon HD 3470 Grafiklösung, das 17-Zoll-Modell über eine Radeon HD 3650. Die Speichergrößen der integrierten 2,5-Zoll SATA Festplatten betragen 250 GB und 350 GB. Als Betriebssystem vorinstalliert ist MS Vista Home Premium. Für beide neuen EasyNote-Modelle nennt Packard Bell den gleichen UVP in Höhe von 799,- Euro. www.packardbell.de

USB-Stick mit 2 GB Online-Depot von Chips & More

Der neue Micro X Professionell USB 2.0 Stick der Chips and More Computerhandels GmbH, Freiburg, überzeugt durch das mit Abmessungen von 72 x 18,7 x 8,6 mm schlanke Design und eine beim Lesen wie beim Schreiben sehr hohe Geschwindigkeit. Der Micro X Pro ist mit Speichergrößen von 1, 2, 4 und 8 GB lieferbar und mit der außergewöhnlich hohen Performance die ideale Lösung für schnelle Datenüberspielungen. MP3 Files, Bilddateien oder Archive können blitzschnell mit 17 MB/s Schreibgeschwindigkeit und 33,5 MB/s Lesegeschwindigkeit in beide Richtungen übertragen werden. Vista-Anwender können Ready Boost Funktionalität uneingeschränkt nutzen. Im Kaufpreis eines jeden Micro X Professionell USB 2.0 Sticks sind fünf Jahre Nutzung eines kostenlosen 2 GB Gigabank Online Depots eingeschlossen, das in der Schweiz gehostet wird und aus Sicherheitsgründen neunfach redundant über drei Standorte verteilt gespeichert ist. Alexander Laske, Purchase Director bei Chips and More, bezeichnet das Online-Depot als High-

light der auf den USB-Sticks des Freiburger Unternehmens vorinstallierten Software: „Wir bieten unseren Käufern seit Frühjahr dieses Jahres eine komplette Suite, bestehend aus Sicherheits-Software von Steganos, Virenschutz von Kaspersky Lab und Backup wichtiger Dokumente. Damit liefern wir ohne einen Cent Aufpreis einen Mehrwert, den gegenwärtig keiner unserer Mitbewerber erbringen kann. Wer unsere Produkte kauft, kann seine Daten wirkungsvoll in viele Richtungen schützen, denn der Verlust oder die Beschädigung digitaler Dokumente können nicht vorhersehbare Auswirkungen haben und in einigen Fällen sogar den Diebstahl der persönlichen Identität bedeuten.“ Der neue Micro X Professionell wird mit dem Softwarepaket (Steganos, Kaspersky und Gigabank) und einem Lanyard ausgeliefert. Die UVPs betragen: 1 GB (18,90 €), 2 GB (34,90 €), 4 GB (66,- €) und 8 GB (99,- €). Chips and More gewährt eine Garantie von fünf Jahren auf die USB-Sticks. www.chipsandmore.de

Hitachi bringt Terabyte-Festplatte mit 375 GB

Hitachi hat den bisher von Samsung gehaltenen Datendichte-Rekord von 334 GByte pro Scheibe (Platter) überboten: Spätestens Anfang August 2008 soll eine „B“-Version der Deskstar Festplatte 7K1000 auf dem Markt verfügbar sein, die bis zu 375 GByte pro Magnetscheibe speichern kann. Dank dieser Entwicklung kann auch der japanische Festplattenhersteller jetzt Terabyte-Festplatten mit nur drei Magnet-Scheiben anbieten und kommt als erster Anbieter bei einem 750 GB speichernden Laufwerk mit nur zwei Plattern aus. Das 750-GB-Modell wird zur Zeit das einzige Laufwerk sein, bei dem die maximal mögliche Datendichte der nun maximal möglichen 270 GB pro Quadratzoll ausgeschöpft wird. Im Vergleich zu dem bisherigen Deskstar-Modell 7K1000 mit fünf Scheiben ist es Hitachi bei den neuen Modellen gelungen, die Leistungsaufnahme nahezu zu halbieren. Das wurde, wie Hitachi mitteilt, auch durch den Einsatz besonders leichter Bauteile und einer sehr effizienten Laufwerkselektrotechnik ermöglicht. Das 1-TByte-Modell Deskstar 7K1000.B benötigt laut den Spezifikationen im Leerlauf (idle) 5,2 Watt. Das sind rund drei Watt weniger als aktuelle 3,5-Zoll-Festplatten mit 7.200 U/min verbrauchen. Noch weniger Energie verbrauchen mit nur 3,6 Watt die Single-Platter-Ausführungen der Deskstar 7K1000.B, die mit Größen von 160, 250 oder 320 GB hergestellt werden sollen. Die Modelle mit 500 und 640 GB Speicherplatz verbrauchen 4,4 Watt Energie (im Leerlauf ohne Zugriff). Die neuen Laufwerke arbeiten mit maximal 16 MB Cache, die 160- und 250-GB-Modelle mit 8 MB Cache. Alle Modelle verfügen über eine Serial ATA II Schnittstelle (3 GBit/s) und sind optional mit „Bulk Data Encryption“, einer hardwarebasierten Datenverschlüsselung mit extrem hoher Sicherheit, lieferbar. www.hitachi.de

GN Netcom: Neues Designkonzept bringt Zusatznutzen

Headset mit Display

Design spielt auch bei Headsets eine große Rolle. Um so mehr, seitdem sich diese auch beim Endverbraucher durchsetzen. GN Netcom zeigt mit seinem neuen Bluetooth-Headset Jabra BT4010, dass man den Blick für die Bedürfnisse der Konsumenten nicht verlieren darf und hat das Gerät mit einem Display ausgestattet.

Headsets gehören vor allem im Mobilfunkbereich mittlerweile zu einem der meistgekauften Zubehörartikel. Im Mai dieses Jahres wurden in Deutschland rund 74.000 Stück verkauft. Mit ein Grund für den guten Absatz sind die sinkenden Durchschnittspreise, was allerdings zu Lasten der Rendite geht. „Vielen Kunden ist es egal, was ein Headset kann oder wie es ausgestattet ist“, so Tobias Schöler, Vertriebsleiter Retail bei GN Netcom. „Dies betrifft vor allem Erstkäufer, die keine Erfahrung mit Headsets haben oder keine Beratung durch einen Händler wünschen oder erfahren haben. Diese Kunden kaufen Geräte in der Preisklasse



Tobias Schöler: „Mit Jabra-Headsets kann der Händler gutes Geld verdienen, da Margen, Qualität und Ausstattung stimmen.“

bis 29,- Euro.“ Interessant für Hersteller und Händler wird es allerdings erst in der Preisklasse ab 49,- Euro. In diesem wichtigen Preissegment konnte GN Netcom bislang keine Produkte anbieten, was sich jetzt mit dem BT4010 ändert. Elegant, dezent und klar im Design mit einem gut sichtbaren LC-Display in der Mitte – so präsentiert sich das Jabra BT4010. Der professionelle Stil des Gerätes, das ganz ohne blinkende LEDs auskommt, wird durch die kontrastreiche Verarbeitung glänzender und matterer Materialien unterstrichen. Zusammen mit gut zu ertastenden Bedienknöpfen betont das Jabra



BT4010 seinen Anspruch auf unkomplizierten und intuitiven Bedienkomfort. Das Display informiert den Anwender mit gängigen Icons über eingehende/laufende Telefonate, den Bluetooth-Verbindungsstatus (ein/aus/im Pairing-Modus) sowie Akkuanzeige (Ladestatus, blinkend bei wenig Kapazität). „Das BT4010 vereint Design mit hochwertiger Technologie und befriedigt gleichzeitig den Lifestyle-Anspruch der Anwender“, so Tobias Schöler. „Damit hat der Händler die Chance, im Preissegment der Durchschnittskäufer ein hochwertiges und attraktives Produkt zu verkaufen.“ Das zehn Gramm leichte Headset verbindet

Das Jabra Bluetooth-Headset BT4010 ist mit einem LC-Display zur Anzeige für die wichtigsten Telefonie-Funktionen ausgestattet. Mit diesem Headset bringt GN Netcom erstmals ein Gerät in der Preisklasse um 49,- Euro in den Handel und will sich damit neue Kundengruppen erschließen.

sich dank Auto-Pairing einfach per Knopfdruck mit dem Mobiltelefon. Es bietet bis zu sechs Stunden Gesprächszeit und basiert auf der jüngsten Bluetooth-Version 2.0 mit EDR (Enhanced Data Rate) und e-SCO (Extended Synchronous Connections Oriented) für eine klare Sprachqualität. „Dies sind wichtige Aspekte vor allem für die Zweitkäufer von Headsets, denn diese achten auf Zusatzfunktionen und eine bessere Ausstattung wie DSP, aktuelles Bluetooth-Profil oder Auto-Pairing“, so Schöler.

www.gnnetcom.de

KERNARGUMENTE

- Guter Tragekomfort durch das geringe Gewicht von 10 Gramm
- Integriertes Display anstelle der üblichen Status-LEDs
- Sechs Stunden Sprechzeit und bis zu 500 Stunden Stand-By
- Austauschservice und After-Sales-Support
- Kostenlose Kundenhotline
- Attraktive Preismarke von 49,- Euro
- Ear-Gel-Kissen sowie Ohrbügel im Lieferumfang enthalten
- Auto-Pairing auf Tastendruck mit einem Mobiltelefon
- Bluetooth-Version 2.0 mit EDR (Enhanced Data Rate)

Sony NEC Optiarc: Beste Ausgangsposition für den IT-Fachhandel

Blu-ray – Power im PC

PC-Laufwerke und Brenner mit blauem Laser bieten eine überlegende Bild- und Tonqualität im Vergleich zu DVD-Laufwerken. Die hohe Speicherkapazität eröffnet neue Freiheiten für Heimkinofans, Profi-Fotografen, Grafiker und Designbüros. Blu-ray ist das Format der Zukunft und wird sich schnell zur neuen Basistechnologie im Laufwerkssektor entwickeln.

Blu-ray-Laufwerke stellen trotz aller Vorteile hohe Anforderungen an die Hardware. Wer seinen PC nachrüsten möchte, ist daher auf professionelle Beratung und zuverlässigen Service angewiesen. Für den Kunden stellen sich Fragen wie: Welches Laufwerk passt am besten für meine Bedürfnisse? Ist mein PC fit für Blu-ray? Falls nein, welche Komponenten brauche ich? Lohnt sich das, oder ist es vielleicht sinnvoller, einen neuen PC zu kaufen? „Genau das



Ralf Wolf: „Blu-ray ist eine hervorragende Ausgangsposition für den Handel, mit Beratungskompetenz zu punkten und zu verkaufen.“

aber“, so Ralf Wolf, Director Marketing & Technical Services bei Sony NEC Optiarc Europe, „eröffnet zahlreiche neue Chancen für den Handel zum Verkauf von Laufwerken, Zusatzequipment sowie von PCs und Notebooks.“ Sony NEC Optiarc hat von Anfang an auf das Blu-ray-Format gesetzt und bietet bereits seit über einem Jahr entsprechende Laufwerke an – vom Einsteigergerät bis zum High-End-Produkt für hohe Anforderungen im

professionellen Videobereich. „Alle von Optiarc Europe vertriebenen Sony Retail Produkte enthalten ein umfangreiches Software-Paket, das alle gängigen Komprimierungs- und Abspielformate unterstützt und viele Schnittfunktionen bietet“, ergänzt Wolf. Heimkinofans und Videoprofis können bereits auf eine reichliche Auswahl an Blu-ray-Laufwerken zurückgreifen. Zudem gibt es viel Beratungsbedarf im Hinblick auf die optimale technische Ausstattung eines Blu-ray-PCs. Alles in allem eine hervorragende Ausgangsposition für den Handel, mit hoher Beratungskompetenz zu punkten und zusätzliche PC-Komponenten und Endgeräte zu verkaufen.

Fit für Blu-ray?

Um die Vorteile von Blu-ray Disc Laufwerken in vollem Umfang nutzen zu können, benötigt man aber die richtige Ausstattung.



Sony NEC Optiarc stellt dem Fachhandel ein Komplett-Programm an Blu-ray-Einbaugeräten zur Verfügung. Vom Player wie dem Sony BDU X10S über das Optiarc BC-M110S als Blu-ray-Player/DVD-Brenner-Kombination bis hin zum Blu-ray-Brenner Sony BWU-200S ist für alle Anwendungen das passende Gerät vorhanden.

Nicht jeder PC und jeder Fernseher verfügt über die technischen Voraussetzungen für das außergewöhnliche audiovisuelle Erlebnis, das optische Speichermedien der nächsten Generation bieten können. Sony NEC Optiarc Europe bietet auf seiner Homepage eine Checkliste für die notwendigen Voraussetzungen an. Die Firma Cyberlink bietet ein Softwaretool an, welches ein PC-System prüft und zeigt, wie man es Blu-ray-Disc-fähig machen kann. Die Prüfung dauert nur wenige Sekunden.

www.sony-nec-optiarc.eu

KERNARGUMENTE

- Blu-ray ROM Laufwerke wie das Sony BDU X10S sind für Einsteiger und Filmfans empfehlenswert, die ausschließlich Blu-ray-Discs wiedergeben wollen.
- Blu-ray Combo Laufwerke wie das Optiarc BC-M110S eignen sich für PC-Besitzer, die nur einen Einbaulot frei haben. Sie verbinden den Nutzen von Blu-ray-Player und DVD-Brenner.
- Blu-ray-Writer wie der Sony BWU-200S sind High-End-Brenner für Videoprofis, Fotografen und Grafiker, die täglich große Datenmengen speichern und archivieren müssen.

POs **Neuheiten**

Lowepro führt neue Taschenmodelle der Nova AW Serie ein

Lowepro führt die nächste Generation der Nova AW Serie ein. Ausgestattet mit einem 360° All-Weather Cover, bietet diese nach Herstellerangaben einen einzigartigen Zugriff beim Gebrauch des Covers und Schutz für die Fotoausrüstung. Die



neuen Modelle bieten ein großes zentrales Fach mit anpassbarer Inneneinteilung. In die größeren Modelle Nova 180, 190 und 200 AW passt eine Pro digitale SLR-Ausrüstung, und die kleineren Modelle Nova 140, 160 und 170 AW können kleinere Ausrüstungen aufnehmen. Das Innenfutter ist aus elastisch schützendem Material produziert. Die vordere Reißverschlusstasche bietet Schutz

und einen schnellen Zugriff auf Batterien, kleineres Zubehör und andere kleinere Dinge. Speicherkartentaschen im Inneren des Deckels gewährleisten, dass die Karten geschützt und sofort griffbereit für einen schnellen Wechsel sind.

www.daymen.de

Becker stellt neues Navigationssystem Traffic Assist Z200 vor

Mit dem Traffic Assist Z200 hat Becker ein mobiles Navigationssystem vorgestellt, das alle Voraussetzungen für eine stressfreie Urlaubsreise bietet. Dazu gehören aktuelle Straßenkarten für Europa, Routenplanung in übersichtlicher „Turn-by-Turn“ Ansicht mit sicherer und zuverlässiger Navigation, außerdem die Splitscreen-Funktion, eine komfortable Zweiteilung des Bildschirms mit simultaner Pfeil- und Kartenansicht sowie die schnelle Berechnung von Ausweichrouten bei TMC-Staumeldungen. Dank integrierter TMC Pro-Empfänger geht alles noch schneller und noch präziser. Verkehrsfluss-Prognosen lassen sich vor und während der



Reise abrufen. Außerdem bringt das Gerät Bluetooth-Technologie mit, die Freisprech- und Adressbuchfunktion unterstützt. Neben seinen funktionalen Eigenschaften bietet das Becker Traffic Assist Z200 auch Entertainment, zum Beispiel durch MP3-Musik, Video-Clips und digitale Fotos, die von einer Speicherkarte oder mittels USB-Stick aufgespielt werden können.

www.mybecker.com

Dicota präsentiert Taschenserie für mobile Navigationsgeräte

Mit den NaviSkins hat Dicota eine Taschenserie speziell für mobile Navigationsgeräte auf den Markt gebracht. Die kompakten Neopren-Taschen gibt es in drei Größen S (Außenmaße 120 x 90 x 30 mm), M (150 x 100 x 35 mm), und L (155 x 105 x 75 mm). Zwei innenliegende Netztaschen bieten bei den NaviSkins Stauraum für Speicherkarten und sonstiges Zubehör, und ein spezieller Schutz am Reißverschluss sorgt für Sicherheit.

www.dicota.de

Neue Pkw-Halterung für technische Geräte von Bi-automotive

Mit Smart hat Bi-automotive eine sichere und ästhetische Halterung für Geräte wie Navis, MP3-Player etc. vorgestellt, die dem Autofahrer ein ergonomisches Handling ermöglicht.

Smart ist nach persönlicher Vorliebe in alle Richtungen dreh- und schwenkbar. Mit dem Halter sind die Geräte immer in gut erreichbarer Nähe statt entfernt an der Frontscheibe. Die dortige Anbringung einer Halterung mittels Saugnapf ist in einigen Ländern bereits verboten, da diese Montageart das Sichtfeld einschränkt und auch bei plötzlichem Lösen ein Sicherheitsrisiko darstellt. Weitere Länder, so auch die europäische

Gemeinschaft, werden wahrscheinlich mit einem entsprechenden Gesetz folgen. Ein spezielles 3M Klebeband sorgt für sicheren Halt an der Stelle, wo man Smart haben will. Mit einem Handgriff lassen sich die dort befestigten Geräte ganz einfach entfernen. Bei Nichtgebrauch faltet sich der Smart-Halter elegant zusammen und lässt nicht erkennen, was in ihm steckt.

www.bi-automotive.de

BILDBAND
Fotos für die Pressefreiheit 2008
100 Seiten | 85 Abb. | 4-farbig | DIN A4 | Broschur

Reporter ohne Grenzen
NAHTSTELLEN
Fotos für die Pressefreiheit 2008

Boris Mikhailov
Simon Roberts
Justyna Mielnikiewicz
Frank Herfort
Robert Polidori
Kirill Golovchenko
Anastasia Khoroshilova
Andrei Liankevich
Jelena + Viktor Vorobjev

Mit den Verkaufserlösen finanziert Reporter ohne Grenzen Öffentlichkeitsarbeit, Anwaltskosten und medizinische Hilfe für verfolgte Journalistinnen und Journalisten.

12 €
inkl. Versand

ISBN 978-3-937683-19-5
Information + Bestellungen
www.reporter-ohne-grenzen.de

Farbenfrohes Kamera-Quintett von Samsung

Samsung Electronics wird auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin und der photokina in Köln unter anderem mit fünf neuen Kompaktkameras vertreten sein. Neu ins Sortiment aufgenommen werden neben dem Topmodell Samsung NV100HD mit 14,8 Megapixel-CCD auch die NV9, L201, L310W und S1070.

Mit der neuen NV100HD stellt Samsung die nächste Entwicklungsstufe im Premiumsegment digitaler Kompaktkame-



ras vor. Zur Ausstattung gehören unter anderem der 14,7"-Megapixel-CCD, ein 3,6-fach-Zoomobjektiv (2,8–5,9/28–102 mm, entsprechend Kleinbild) mit Weitwinkel von Schneider-Kreuznach und ein 3,0"-Touchscreen. Die duale Bildstabilisation, Gesichtserkennung, Smile & Blink Detection sowie Beauty Shot sind weitere Kennzeichen der Kamera, die in den Farbvarianten Silber-Schwarz, Silber-Rot und Schwarz im August auf den Markt kommt. Als zweites

NV-Modell mit dem HD-Kürzel in der Produktbezeichnung gewährleistet die neue Samsung, dass Bilder und Filmaufnahmen in verlustfreier Qualität über die HDMI-Schnittstelle der optionalen Basisstation SCC-NV5 HD an moderne HD-Fernseher übertragen werden können.

Mit einem 10,2-Megapixelchip und im Retrodesign kommt die Samsung NV9 auf den Markt. Mit dieser Kamera haben die Samsung-Designer es geschafft, in den eleganten NV-Look zwei analoge Zeigerinstrumente zu integrieren, die an die klassische Fotografie erinnern. Anhand dieser beiden Rundinstrumente kann der Fotograf bei eingeschalteter



Kamera jederzeit die verbleibende Batteriekapazität und die Anzahl noch möglicher Aufnahmen auf der Speicherkarte ablesen. Der Brennweitenbereich dieser Neuheit reicht von 38 bis 190 mm (entsprechend Kleinbild). Die neue NV9 zeichnet sich außerdem als portabler Multimediaplayer mit einem intelligenten 2,7"-LCD, dualer Bildstabilisierung und Gesichtserkennung aus. Weiterhin bietet die Kamera Smile & Blink Detection, Beauty Shot, Fotoassistent, DCM (Digital Con-



Das endgültige Design stand bei Redaktionsschluss noch nicht fest.

tent Management) und die Belichtungsmöglichkeit bis ISO 3.200. Dieses Modell wird in den Farbvarianten Schwarz, Silber und Pink zu haben sein. Vielseitig, schlank und sehr gut ausgestattet, so die Kurzbeschreibung der neuen L310W, die einen 13,6-Megapixel-CCD und ein Schneider-Kreuznach-Objektiv

mit der Weitwinkelleinstiegsbrennweite von 28 mm (bis 102 mm, entsprechend Kleinbild) bietet. Neben zahlreichen Ausstattungsmerkmalen, mit denen auch die beiden neuen NV-Modelle aufwar-



ten, finden sich in diesem Modell noch die manuelle Belichtungssteuerung und die Möglichkeit für eine interaktive Diashow. Die Samsung L310W wird es ab September in den Farbvarianten Schwarz, Silber, Pink und Braun geben.

Mit einem edel gebürsteten Aluminiumgehäuse und klarer, eleganter Formgebung fällt die neue Samsung L201 auf. Sie wurde mit einem 10,2-Megapixel-CCD und einem Dreifach-Zoomobjektiv (3,0–5,6/35–105 mm, entsprechend Kleinbild) ausgestattet, bietet ein intelligentes 2,7"-LCD, manuelle Belichtungssteuerung, digitale Bildstabilisierung und Gesichtserkennung. Auch die Auto

Contrast Balance ACB, der Fotoassistent, elf Szeneprogramme, die interaktive Diashow und die Belichtungsmöglichkeiten bis ISO 1.600 gehören zu den Leistungsmerkmalen des neuen Modells. Diese Kamera wird dem Handel ab August in den Gehäusefarben Schwarz, Silber, Pink, Grün und Blau zur Verfügung stehen.

Für das hart umkämpfte Marktsegment der Einsteigerklasse hat Samsung die S1070 konzipiert. Sie fällt vor allem durch ihr hochglänzendes Gehäuse in den Farben Schwarz, Silber, Weiß oder Pink auf und ist unter anderem mit einem 10,2-Megapixel-CCD, einem Dreifach-Zoomobjektiv (3,0–5,6/35–105 mm, entsprechend Kleinbild), einem intelligenten 2,7"-LCD, manueller Belichtungssteuerung und digitaler Bildstabilisierung ausgestattet.



Spielekonsolen • Software • Games



Sony SCEE: Quizspaß kommt für PSP

BUZZ! wird mobil

Die BUZZ! Quizspiel-Reihe hat sich auf PlayStation 2 als eines der großen Social-Entertainment Games auf dem Markt etabliert. Am 30. Juli feiert die Quizspiel-Reihe mit Quiz-Master BUZZ! ihr Debüt auf PlayStation Portable (PSP). Auf die Spieler warten über 3.000 spannende Fragen.

Mit dem neuen BUZZ! Master Quiz bringt Sony Computer Entertainment eines der stärksten Social-Entertainment-Spiele am Markt für den mobilen Spielespaß auf PSP. Speziell für die PSP-Edition wurden sechs neue Rundenarten entwickelt, so zum Beispiel die rasante „Ruck-Zuck“-Runde, bei der es vor allem auf Schnelligkeit ankommt, das



Arne Mundelius: „Buzz! Master Quiz macht unterhaltsames Quizvergnügen für die ganze Familie jederzeit und überall möglich.“

Bilderrätsel oder die verwirrende Virus-Herausforderung. „Mit BUZZ!: Master Quiz wird die erfolgreiche Softwaremarke BUZZ! für PSP umgesetzt und ermöglicht unterhaltsames Quizvergnügen jederzeit und überall“, freut sich Arne Mundelius, Productmanager Software. „Bis zu sechs Spieler können an einer PSP das von den Heimkonsolen

beliebte Social Entertainment Spektakel gemeinsam erfahren und Humor, Fingerfertigkeit und Wissen gegen die Mitspieler beweisen. Der Einzelspielermodus garantiert langfristig Spielspaß.“ Egal ob als Einzelspieler oder gemeinsam in der Runde ist nur ein PSP-System erforderlich. Beim Weitergabe-Modus wird es von einem Spieler an den nächsten gegeben. Je nach Themengebiet kann ein Spieler entscheiden, an welchen seiner Mitspieler er das PSP-System weiterreicht. BUZZ! für PSP ist die perfekte

Möglichkeit, den PSP-Spaß mit seinen Freunden zu teilen oder alleine das Allgemeinwissen zu testen und garantiert spannende Unterhaltung unterwegs. Der Vertrieb erfolgt über die klassischen Vertriebswege zu einem UVP von 40,95 Euro. BUZZ!: Master Quiz ist sicher nicht der letzte Titel für PSP aus dieser Reihe. „Für SCE ist BUZZ! eine wichtige Marke im Software-Portfolio, und es ist damit zu rechnen, dass für PSP weitere Releases folgen werden“, so Mundelius. www.playstation.de

KERNARGUMENTE

- Erfolgreiche, plattformübergreifende Franchise
- Spaß- und Lernfaktor für die ganze Familie, jetzt auch für unterwegs
- Hochwertige Inhalte
- Mehrere hundert lizenzierte Bilder und Videos
- Langzeitmotivierender Einzelspielermodus
- Innovative Mehrspielermodi
- Über 3.000 Fragen aus den Themengebieten Sport, Musik, Stars, TV, Wissenschaft, Kino und Allgemeinwissen
- Neue Spielrunden für PSP

Nintendo: Kundenpotentiale besser ausschöpfen

Starker Auftritt am PoS

Die Erweiterung der Zielgruppen hat die Wahrnehmung der Marke Nintendo verändert. Neue Softwaretitel haben die Nintendo-Welt vergrößert und gleichzeitig vielschichtiger gemacht. Um seinen Kunden einen übersichtlichen Markenauftritt zu bieten, hat Nintendo jetzt ein neues Regalsystem eingeführt.

Spielerabteilung oft nicht zurechtfinden. Hier ist es besonders wichtig, eine gute Orientierung und Übersichtlichkeit in dem immer breiter werdenden Sortiment zu schaffen.“

Flexibles System

Um in vielen Outlets mit dem neuen System präsent sein zu können, hat Nintendo das Regalkonzept flexibel gestaltet. „Wir können auf verschiedene, im Handel installierte Regalsysteme aufsetzen“, so Tamburello. „Das erleichtert die Entscheidung für unser neues System, da der Händler seinen Auftritt nicht komplett umgestalten muss.“ Einmal installiert, findet sich der Kunde sofort zurecht, ohne jedesmal das Personal fragen zu müs-

In den letzten Monaten hat Nintendo bereits ein neues Corporate Design eingeführt, in dessen Zuge das Firmenlogo verändert und der globale Internetauftritt vereinheitlicht wurde. Jetzt setzt das Unternehmen auch in Deutschland seine Strategie weiter um und sorgt mit einem neuen Regalsystem für einen deutlich besseren



Kathrin Tamburello: „Die bessere Übersicht über das Produktportfolio erhöht den Abverkauf.“

Markenauftritt im Laden gegenüber dem Verbraucher. „Mit unserem neuen Regalkonzept haben wir die klassische Art der Warenpräsentation neu gestaltet“, führt Kathrin Tamburello, Trade Marketing Managerin Nintendo Deutschland, aus. „Das haben wir vor allem mit Blick auf neue Zielgruppen getan, die sich in der



Nintendos neues Regalkonzept zeichnet sich durch ein übersichtliches Erscheinungsbild aus, das Händlern eine Optimierung ihrer Regal- und Produktsegmentierung bietet. Gleichzeitig spricht der veränderte Auftritt neue Zielgruppen an und eröffnet dem Händler neue Kundenkreise.

KERNARGUMENTE

- Übersichtlichkeit im Gesamtortiment
- Weniger Fragen durch den Kunden
- Entlastung des Personals fördert Beratungsqualität
- Abverkaufsförderung durch klare Gliederung
- Ordentlicher Auftritt gegenüber dem Verbraucher produziert Vertrauen
- Schaffen einer Wohlfühlatmosphäre

sen, wenn er einen Titel zu einem Produkt sucht. „Dies ist nicht nur eine Entlastung für das Personal, sondern auch der Verbraucher bricht einen Kaufvorgang nicht mehr ab, weil er ein Produkt nicht findet. Dies führt zu einer Erhöhung des Umschlages“, ergänzt Kathrin Tamburello. www.nintendo.de



IT



Business DLP-Projektor BenQ MP622c mit 26 dB (A)

BenQ bringt einen DLP-Projektor mit dem Helligkeitswert von 2.200 ANSI-Lumen und einem Kontrastverhältnis von 2.000:1 auf den Markt. Der BenQ MP622c ist noch heller und kontrastreicher als sein erfolgreicher Vorgänger (MP620c). Mit der XGA-Auflösung von 1.024 x 768 Bildpunkten, einem 5-Segment-Farbrad und integriertem DLP BrilliantColor-Chipsatz verfügt der neue Projektor über beste Voraussetzungen zur Projektion brillanter und farbstarke Bilder. Bei hoher Lichtstärke wirken die Farben des sRGB-Farbraums deutlich lebendiger und farbechter. Das macht sich besonders bei Mischfarben (50 Prozent und mehr) deutlich bemerkbar. Mit Hilfe des unabhängigen Farbmanagements kann der Anwender die Farben Rot, Grün, Blau, Cyan, Magenta und Gelb individuell einstellen, um Farbnuancierungen und Sättigung aufeinander abzustimmen. Das geringfügige Betriebsgeräusch von 26 dB (A) im Eco-Modus ist kaum wahrnehmbar. Alle Komponenten des Gerätes und ihre Anordnung wurden so entwickelt, dass die Geräuschentwicklung des Projektors so niedrig wie möglich bleibt. Ein ausgeklügeltes Lüftungssystem sorgt für niedrige Temperaturen innerhalb des Gehäuses. Das verlängert die Haltbarkeit der Projektionslampe und reduziert die Betriebskosten. Deshalb ist der MP622c ideal für Präsentationen in mittleren bis großen Konferenzräumen oder Klassenzimmern geeignet. Mit seinem elegant wirkenden Gehäuse in schwarzer Klavierlackoptik zieht das Gerät auch ohne Projektionsbilder die Blicke auf sich. Mit seiner kompakten Größe und dem geringen Gewicht von 2,5 kg ist der BenQ MP622c auch gut für den mobilen Einsatz geeignet. Dank der zur Verfügung stehenden Wandfarbenkorrektur kann auf eine spezielle Leinwand verzichtet werden. Bis zu sechs Farben lassen sich unabhängig voneinander einstellen, um trotz eines farbigen Untergrunds farbgetreue Bilder zu projizieren. Der Anwender kann zwischen vier voreingestellten PC-Modi und drei AV-Funktionsmodi auswählen. Die Garanzzeit beträgt 36 Monate inklusive Leihgerät während der ersten 12 Monate. Auf die Projektionslampe leistet BenQ eine Garantie von sechs Monaten oder 1.000 Stunden Betriebsdauer ab Kaufdatum, je nachdem, welcher Zustand zuerst eintritt. Der MP622c ist zum UVP von 749,- Euro erhältlich. www.benq.de

mit Intel Atom Low-Power Prozessor auf den Markt. Das extrem robuste CF-U1 begeistert durch hohe Rechenleistung und lange Akku-Laufzeiten bis zu 9 Stunden. Die Kombination eines 1.060 Gramm wiegenden Toughbooks mit vollwertigem Betriebssystem Windows XP oder



Windows Vista und einem komfortablen 5,6 Zoll großen Touchscreen bietet Außendienst- und Servicemitarbeitern eine außergewöhnliche Verbindung aus Technologie, Design und Ergonomie und eine einzigartige Alternative zu den herkömmlichen Handhelds für mobile Datenerfassung. Die Eignung für den Außeneinsatz wird durch Zertifizierung nach MIL-STD-810F Standard attestiert. Das CF-U1 übersteht den freien Fall aus bis zu 120 Zentimetern Höhe, ist wasser- und staubresistent nach IP54 und funktioniert selbst in extremen Temperaturbereichen von -20° Celsius bis zu +60° Celsius fehlerfrei. Mit Seitenmaßen von 151 x 184 mm und einer Höhe von 57 Millimetern ist der nur 1.060 Gramm wiegende UMPC das optimale Endgerät in der Kategorie „ruggedized“ Notebooks. Neueste Intel Centrino Atom Prozessortechnologie mit 1,33 MHz CPU-Takt sorgt mit dem zur Zeit kleinsten und energieeffektivsten Chipsatz für höchste Rechenleistung und zufriedenstellende Grafikpower bei sehr geringem Stromverbrauch. Zur Ausstattung gehören ein Solid State Drive mit 16 GB (oder wahlweise 32 GB) Speicherplatz, 1 GB RAM Arbeitsspeicher und zahlreiche Schnittstellen wie WLAN IEEE 802.11 a/b/g/draft-n, Bluetooth oder optional GPS und HSDPA. „Der Intel Atom Prozessor bietet hohe Rechenleistungen bei äußerst niedrigem Stromverbrauch, ist PC-kompatibel und insgesamt die erste Wahl in der Kategorie der kleinen Endgeräte“, bekräftigte Anand Chandrasekher, Intels Senior Vice President und Geschäftsführer der Ultra Mobility Group. „Mit Low Power Technologien von Intel und der langjährigen Führungsposition von Panasonic im Segment der robusten Endgeräte kann der Außendienstler produktiver sein und gleichzeitig die TCO-Kosten für den IT-Manager senken.“ Auf Wunsch werden ein- oder zweidimensionale Barcode-Lesegeräte, RFID-Technologie, eine 2-Megapixel-Kamera und ein Fingerabdruck-Lesegerät in das Toughbook integriert. Der Käufer hat die Wahl zwischen einer numerischen oder alphanume-

rischen Tastatur. Das Gerät kann mit USB 2.0-Port, SD- und SIM-Card Slot, Mini-Port Replicator mit Smartcard, LAN, seriellen Schnittstellen, Magnetkartenlesegerät und Ladestation mit doppeltem Batterieladegerät erworben werden. Damit der Handheld auch bei rauhem Einsatz sicher in der Hand liegt, sind die Seitenflächen mit einem Antirutschbelag für die Daumen beschichtet. Die Unterfläche des UMPCs hat eine den Handflächen angepasste, gerundete Form mit Griffmöglichkeiten für einen besseren Halt. Das CF-U1 ist zum UVP von 1.900,- Euro lieferbar.

www.panasonic.de

Asus VW221D: 21,6-Zoll Einsteiger-Monitor zum kleinen Preis

Mit dem VW221D erweitert Asus seine erfolgreiche VW-Monitor-Serie um ein 21,6 Zoll großes Mainstream LC-Display für kostenbewusste Anwender. Der schwarze, attraktiv gestaltete Widescreen-Monitor mit WSXGA+ Auflösung von 1.680 x 1.050 Bildpunkten ist entspiegelt und erreicht die maximale Helligkeit von 300 cd/qm. Das hohe ASCR-Kontrastverhältnis von 5.000:1 und die kurze Reaktionszeit von 5 Millisekunden sorgen für gestochen scharfe Bilder und schlierenfreie Darstellung bewegter Bildinhalte. Das Gerät ist optimal für den Einsatz im Small Office, Home-Office oder den Privatbereich geeignet. Als Signaleingang steht eine D-Sub Grafik-Schnittstelle zur Verfügung. Die Bildfläche des VW221D bietet genügend Platz, um großformatige Excel-Tabellen oder zwei DIN A4-Seiten nebeneinander anzuzeigen. Der Bildschirm lässt sich um 20 Grad nach hinten und bis zu 5 Grad nach vorne neigen. Der Betrachtungswinkel beträgt 170 Grad horizontal und 160 Grad vertikal. Die Bedienung des Monitors erfolgt über fünf berührungsempfindliche Hotkeys für Helligkeit, Kontrast, Farbtemperatur, Lautstärke-Regelung und Auswahl der speziellen Splendid Modi. Die Abmessungen betragen 513 x 405 x 210 mm, das Gewicht 5,1 kg. Der Asus VW221D wird standardmäßig mit D-Sub-, Audio- und Stromkabel, Support CD und Quick Start Guide ausgeliefert. Neben einem umfangreichen Servicepaket und Drei-Jahres-Garantie bietet Asus zusätzlich drei Jahre Vor-Ort-Austausch-Service. Der UVP für den 21,6-Zoll-Monitor Asus VW221D beträgt 196,- Euro. www.asus.de

Previews des Grafikkarten-Flaggschiffs ATI Radeon HD 4870 X2

ATIs neues Grafikkarten Dual-GPU-Flaggschiff, die Radeon HD 4870 X2, wird nach allem, was bereits bekannt ist, für sich die Krone der höchsten Performance im weltweiten Grafikkarten-Markt beanspruchen. Überraschend hat ATI Mitte Juli das NDA (Schweigeabkommen) über die angekündigte Radeon HD 4870 X2 gelockert. Auf mehreren

englischsprachigen Webseiten wurden schon kurze

Zeit später erste Previews über die Performance der Grafikkarte veröffentlicht. Laut den Berichten arbeitet die Radeon HD 4870 X2 mit einem aus zwei RV770-GPUs bestehenden R700-Chip. Die beiden GPUs werden mit 750 MHz angesteuert, während der 2x 1 GB große GDDR5-Speicher mit 1.800 MHz getaktet wird, also wie bei einer normalen Radeon HD 4870. Obwohl noch kein finaler Treiber existiert, ist die Leistung der Grafikkarte beeindruckend und übertrifft, wenn CrossFire einwandfrei funktioniert, spielend die Leistung einer nVidia GeForce GTX 280 in weiten Bereichen. Das führt jedoch zu einer bisher noch unbekanntenen Steigerung der Leistungsaufnahme. Im Geräte-Manager werden die beiden RV770-GPUs der Radeon HD 4870 X2 als zwei Grafikkarten „R700“ aufgeführt. Die Radeon HD 4870 X2 arbeitet intern mit CrossFire GPU-Kopplung. Um die CrossFire-Einstellungen muss man sich aber nur dann kümmern, wenn man neben der Radeon HD 4870 X2 eine weitere Grafikkarte der 4800-Serie auf dem gleichen Board betreiben will. Selten wurde der Markt für 3D-Gamer-Grafikkarten so heiß und so spannend umkämpft wie zur Zeit. Nach den überzeugenden Erfolgen mit der Radeon 4850 und 4870 in der Mittel- und Oberklasse greift AMD mit der Radeon HD 4870 X2 nun die High-End-Modelle von Nvidia an. Schon der Prototyp mit zwei Prozessoren war in der Lage, die GeForce GTX-280 zu schlagen. Nach den bisherigen Erfolgen des Grafikprozessors RV770 musste Nvidia bereits innerhalb weniger Wochen die Preise für seine GT-200-Grafikkarten um über 20 Prozent senken. Laut Ankündigungen von AMD soll die 4870 X2 im August 2008 auf den Markt kommen. www.ati.tv



Core 2 Duo Prozessor P8400 (2,26 GHz) über P8600 mit 2,4 GHz, dem mit 2,53 GHz getakteten T9400 bis hin zum T9600 mit 2,8 GHz. Der 2 GByte (DDR2-800) Hauptspeicher lässt sich auf maximal 4 GByte aufrüsten. Neben dem integrierten Grafikchip GMA 4700MHD kann optional ein diskreter ATI Grafikchip Mobility Radeon HD 3470 eingebaut werden. Die wählbaren Festplatten-Kapazitäten reichen von 160 bis 400 GB. Beim optischen Laufwerk kann sich der Käufer zwischen Supermulti-DVD-Brenner, Blu-ray-Laufwerk oder Blu-ray-Brenner entscheiden. Das Vaio FW verfügt über Gigabit-Ethernet, WLAN (802.11a/b/g/n-Draft), Bluetooth und V.92-Modem. Eine kleine Webcam ist im Displayrahmen integriert. Neben dem ExpressCard34-Schacht stehen Steckplätze für Memorystick Duo und SD-Karten und drei USB-Schnittstel-



len bereit. Externe Displays lassen sich über HDMI- oder VGA-Schnittstelle anschließen. Mit dem Standardakku erreicht der Vaio FW eine Laufzeit von sechs Stunden, mit optionalem größeren Akku acht Stunden. Die Abmessungen des Notebooks betragen 38,35 x 3,7 x 26,16 cm, das Gewicht mit Standardakku 2,93 kg. Der Vaio FW ist in Grau und in Weiß erhältlich. In den USA kostet das Standard-Modell etwas mehr als 1.000 US-Dollar, das Premiumgerät 1.750 US-Dollar. Vaio FW Notebooks sollen ab August 2008 in den Handel kommen. www.sony.de

Panasonic Toughbook CF-U1 Ultra Mobile PC mit Intel Atom CPU

Mit dem neuentwickelten Toughbook CF-U1, einem extrem widerstandsfähigen ultramobilen PC (UMPC), bringt Panasonic den ersten robusten, tragbaren Computer für Außendienstler

Aktuell 1,7 Millionen Asus Eee PCs im ersten Halbjahr 08

Wie der Online-Dienst Digitimes berichtet, hat der taiwanische Hersteller Asus im ersten Halbjahr des laufenden Jahres 1,7 Millionen Stück seines Low Cost Notebooks Eee PC ausgeliefert. Das sind 300.000 weniger verkaufte Einheiten, als zum Jahresbeginn prognostiziert wurden. Marktbeobachter sehen die Gründe dafür, laut dem Digitimes-Bericht, nicht in einem Mangel an Nachfrage, sondern in der verzögerten Auslieferung von Intel Atom-Prozessoren. Asus rechne weiter damit, im Gesamtjahr 2008 fünf Millionen Eee PCs ausliefern zu können. Bei dieser Aussage beruft sich Digitimes auf Quellen aus Unternehmenskreisen und berichtet in diesem Zusammenhang: Asus-Konkurrent Acer hält an seiner Prognose fest, in der zweiten Jahreshälfte 5 bis 7 Millionen seines angekündigten Billig-Notebooks „Aspire one“ verkaufen zu können. www.asus.de

Sie suchen noch ein **Highlight** für Ihre Messegäste ?



Molekular - Cocktails - Catering - Eventservice

Flying Barkeeper deutschlandweiter Cocktailservice seit über 10 Jahren. Mehr Infos unter: www.barkeeper.de und www.cocktailfood.eu



Der Kaiser kommt

... und zwar auf die IFA. Wo im vorigen Jahr noch die Pop-Ikone Pink die Jugend zum Hüpfen brachte, wird in diesem Jahr „die größte Roland-Kaiser-Party der Welt“ stattfinden: am Samstag, den 30. August im Sommergarten nämlich. „Ich glaub', es geht schon wieder los“, möchte man da ausrufen und fragt sich, welche Strategie seitens der Organisatoren dahintersteckt, den in die Jahre gekommenen Schlagerkaiser nicht nur singen zu lassen, sondern dazu auch noch ein „unvergessliches Gänsehaut-Feeling“ zu versprechen. Welche Gänse damit gemeint sind, werden wir in Berlin live beobachten können. No Sense vermutet, dass es sich um einen raffinierten, strategischen Schachzug handelt, um dem neuen Bereich Home Appliance @ IFA das gewünschte Publikum zuzuführen. Zu Haushaltsgeräten in den Messehallen passt ein Hausfrauen-Star im Sommergarten. Es sei denn, dass die Hausfrau 2008 sich gar nicht wirklich an den Roland Kaiser erinnert, sondern mit dem Showtitel „Kaisermania“ an des einzigen, wirklichen deutschen Kaisers Beiträge zur Steigerung der Geburtenrate denkt. Wie auch immer: Wir entnehmen der offiziellen Ankündigung, dass der smarte Roland für „Popmusik – intensiv, kernig, rau und greifbar“ steht und „ganz Mann“ ist. In diesem Sinne: Santa Maria!



BEZIEHUNGSWEISE

„Leben heißt in Beziehung sein.“ Laotse

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

Coaching als Kurzzeit-Begleitung ermöglicht Ihnen:

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

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



IMPRESSUM

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

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

Herausgeber:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH;
Thomas Blömer, Geschäftsführer

Verlegerische Leitung:
Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

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

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

Vertrieb: Silke Gräbel

Satz und Repro:
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

PoS-MAIL
ist offizieller
Partner des
Plus X Awards

Namentlich gekennzeichnete Berichte geben nicht in jedem Fall die Meinung der Redaktion wieder. Für unverlangte Bilder und Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.

Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1615-0635



Unterhaltungselektronik

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

Für unseren Bereich Marketing suchen wir den/die

Produkt Trainer/in

Unterhaltungselektronik

Ihre Aufgaben:

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

Ihr Profil:

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

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

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

www.metz.de

Unglaubliche Augenblicke in High Definition.

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

„Sony“, „like.no.other“ und „Handycam“ sind Marken oder eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.



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

Full HD
1080

SONY

HANDYCAM®

images like.no.other™