

POS-MAIL

September 2009

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

10. Jahrgang • 51612


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

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

Licht.
Gestalt.

Loewe Reference

Der neue Maßstab für perfektes Home Entertainment: brillante Bilder und satter Sound in atemberaubendem Design. Das ist Loewe Reference. Besuchen Sie uns auf der Internationalen Funkausstellung in Berlin, Halle 6.2/201.


LOEWE.

Panasonic: NeoPDP für den Fachhandel



Plasma exklusiv

Die Nachfrage im Bereich Unterhaltungselektronik steigt in Deutschland – bedingt vor allem durch den Flat-TV-Boom – nach wie vor an. Im Vorfeld der Einführung von High Definition Fernsehen in Deutschland steht die möglichst unverfälschte Bildwiedergabe im Vordergrund. Panasonic bringt jetzt mit seinen NeoPDP-Plasma-Displays Geräte mit 600-Hz-Technologie, schnellen Prozessoren und Multituner auf den Markt und will die Marktführerschaft im Plasma-Segment weiter ausbauen.

Im Jahr 2009 geht Panasonic in die zwölfte Generation der eigenen Produktion von Viera Plasma-Panels. In diese G12 Panels fließt die jahrelange Erfahrung und Expertise der Panasonic Ingenieure ein, die bereits die Vorgängergenerationen erfolgreich gemacht haben. Die Panels der 12. Generation bieten einen bisher noch nie gezeigten Schwarzwert mit brillanten, lebendigen Farben und

scharfen Bildern. Entsprechend setzt Panasonic mit einem breiten Produktsortiment im Plasma-Bereich neue Qualitätsstandards.

Doppelstrategie: LCD und Plasma

Die Strategie des japanischen Elektronikonzerns ist es, beide TV-Technologien, LCD ebenso wie Plasma, stetig zu optimieren und

weiterzuentwickeln. Insbesondere in der Plasma-Technologie sieht Panasonic aber die Technologie für Großbild-TV mit bester Bildqualität. Obgleich neue Technologien wie LCD, LED und langsam auch OLED sehr gute Bildwiedergaben auch im HD-Bereich erreichen, ist man bei Panasonic überzeugt, dass sich die Abverkaufszahlen von Plasma-Displays gerade im Großbildbereich über 42 Zoll wieder erhöhen. Auf steigende Absatzzahlen ist der japanische Elektronikhersteller, der seit über einem Jahrzehnt Panels, Prozessoren und Signalverarbeitungsmechanismen für Plasma-Fernseher selbst produziert, eingestellt: 2010 erreicht das gerade fertiggestellte fünfte Werk in Amagasaki seine volle

Kapazität. Panasonic kann dann jährlich über 23 Millionen Plasma-Panels herstellen.

Trotz zunehmender Verkaufszahlen bei LCD/LED sieht Panasonic Deutschland positive Signale in Richtung Plasma. „Bislang werden zwar in Deutschland auf Stückbasis weit mehr LCD-TVs als Plasma-Fernseher verkauft, anspruchsvolle Nutzer, denen es verstärkt um hohe Qualität geht, wie Filmstudios, Sendeanstalten, Anwender aus dem professionellen Bereich sowie Endverbraucher, die höchste Anforderungen stellen, setzen aber schon heute ausschließlich auf Plasma. Das ist ein klares Statement zugunsten einer Technologie, die übrigens bereits viele Voraussetzungen erfüllt, die der LCD/LED-Markt noch



Das Prinzip IFA

Willkommen in Berlin! Im vielzitierten „Krisenjahr“ erwartet die IFA auf 200.000 qm Ausstellungsfläche nicht nur alle wichtigen Unternehmen der CE-Branche und des Elektro-Hausgeräte-Sektors, sondern vor allem auch den Fachhandel.



In Berlin verweist man seit vielen Jahren stolz auf das „IFA-Wetter“; es mag an der Jahreszeit oder an guten Verbindungen der Messe-Leitung zu höheren Gewalten liegen, jedenfalls scheint auf der IFA meistens die Sonne.

Das ist hoffentlich auch 2009 der Fall – vielleicht sogar im übertragenen Sinne. Drei Wochen vor dem Messestart meldeten die Medien, die deutsche Wirtschaft sei im zweiten Quartal überraschend gewachsen und habe die schwerste Rezession in der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland möglicherweise schon überstanden. Dazu kann man nur sagen: Das wäre schön. Noch schöner wäre es, wenn die markigen Worte von Commerzbank Chef-Volkswirt Jörg Krämer zutreffen würden: „Die Rezession ist vorbei.“

Jedenfalls gibt nicht nur die ungebrochene Treue der Aussteller zur Leitmesse IFA Anlass zu dem Optimismus, den Hans-Joachim Kamp, Vizepräsident des ZVEI und Aufsichtsrat des IFA Veranstalters GFU, in die Aussage fasste: „Nach positiven Ergebnissen im ersten Halbjahr und nach wie vor stabilem Konsumklima gehen wir für das Gesamtjahr 2009 in beiden Bereichen (Consumer Electronics und Hausgeräte – d. Red.) in Deutschland wieder von einem Umsatzwachstum aus. Die IFA wird den Märkten hierzu weitere Impulse verleihen.“

Diese Impulse kann der High-Tech-Fachhandel nicht nur gut gebrauchen, sondern auch in Berlin erwarten. Denn die Neuheiten der Hersteller können sich sehen lassen – vom „Dauerbrenner“ HDTV bis zu energiesparenden Hausgeräten.

Da bleibt nur, unseren Lesern eine erfolgreiche IFA zu wünschen. Nehmen Sie den Schwung von Berlin mit in Ihre Geschäfte und übertragen Sie Ihre eigene Begeisterung für die Innovationen der High-Tech-Branche auch auf Ihre Kunden. Dann scheint vielleicht nicht nur während der Messe, sondern auch im kommenden Weihnachtsgeschäft die Sonne.

Herzlichst Ihr

Thomas Blömer
Verleger

Franz Wagner
Objektmanagement

bewältigen muss“, so Armando Romagnolo, General Manager und Head of Product Marketing TV & Training CE bei Panasonic Deutschland. „Im ersten Halbjahr 2009 hat sich der Plasma-Markt auf gleichem Niveau wie im Vorjahreszeitraum gehalten. Das ist eine sehr positive Entwicklung, wenn man bedenkt, dass 2008 sowohl eine Fußball-EM als auch Olympische Sommerspiele stattgefunden haben. Denn im Zuge solcher Sportereignisse steigt die Nachfrage nach TV-Geräten erfahrungsgemäß sprunghaft an“, erklärt Romagnolo. „Im Plasma-Bereich ist Panasonic laut aktueller GfK-Erhebung (Juni 09) unangefochtener Marktführer, mit einem Anteil von 50 Prozent auf Stückbasis und knapp 55 Prozent auf Wertbasis. Mit der NeoPDP Einführung konnte Panasonic diese Markt-position behaupten und ist jetzt gut vorbereitet auf das Weihnachtsgeschäft 2009.“

NeoPDP – ein neues Kapitel

Mit der NeoPDP Plasma-Panel-Generation schlägt Panasonic ein neues Kapitel in der Entwicklung des Fernsehgeräts auf. NeoPDP ist der Name für ein bisher unerreichtes Heimkinoerlebnis. Die

Plasma-Panels sind grundlegend neu konzipiert. Sie sind leichter, dünner und leistungsfähiger. Die neue Gerätegeneration ist ein Beweis für das perfekte Zusammenspiel von innovativer Technologie, Design und ökologischer Effizienz.

Diese Modelle zeichnen sich durch beste Bild- und Tonqualität aus und bieten ein sehr gutes Kontrastverhältnis. Sie erfüllen höchste Ansprüche in Ergonomie, Ausstattung sowie Vernetzung und läuten eine neue Ära des Premiumfernsehens ein.

Eine veränderte Zellstruktur und ein neues Zündungsverfahren ermöglichen diese Weiterentwicklung der Plasma-Panels. Bei alledem setzt Panasonic gemäß der weltweiten Unternehmensstrategie Eco Ideas auf Umweltverträglichkeit und verzichtet in der Herstellung seiner Geräte auf Quecksilber und Blei.

Seit 2007 konnte bereits trotz der verbesserten Helligkeitseffizienz der Stromverbrauch halbiert werden. Für die kommenden Jahre sind weitere Einsparungspoten-

tiale angekündigt. Eine intelligente Energiereduktion (Eco Link) der Geräte wird durch Viera Link und Stand-by Power Save gewährleistet. Sie sorgen dafür, dass sich ungenutzte Medien automatisch in den Stand-by-Betrieb schalten. Leistungsstärkere Prozessoren und eine weiterentwickelte Signalverarbeitung kompletieren NeoPDP.



Armando Romagnolo: „Wenn es um ein ungetrübtes Heimkinoerlebnis geht, ist die Plasma-Technologie die erste Wahl.“

Flaggschiff Z1

Flaggschiff der NeoPDP Serie ist der Viera Z1. Mit einer Bautiefe von nur 2,47 cm ist er der flachste Plasma-Bildschirm, den Panasonic je produziert hat. Die 54 Zoll (137 cm Bildschirmdiagonale: TX-P54Z1) und 46 Zoll (116 cm Diagonale: TX-P46Z1) großen Panels haben ein dynamisches Kontrastverhältnis von über 2.000.000:1, das plastische, lebensnahe Bilder garantiert. Für klare und scharfe Bilder sorgt die neue Panasonic Bildverarbeitungstechnologie 600Hz Intelligent Frame Creation Pro. Sie analysiert das Eingangssignal, berechnet die Bewegungen in jeder einzelnen Szene und optimiert diese anschließend. So stellt

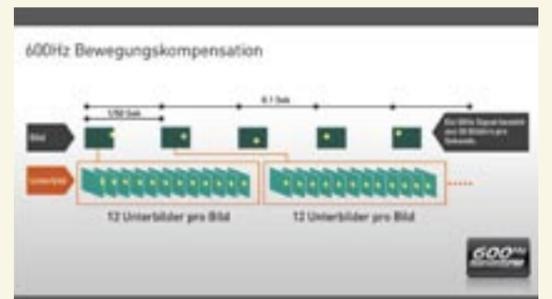
Bei den neuen Plasma-Displays wird die Bewegungsfolge in den Originalbildern dreidimensional analysiert und bewegungsrichtig in die Unterbilder hineingerechnet, wobei jeweils zwölf Unterbilder pro „echtem“ Bild hinzugefügt werden.

Bildbeschleuniger – 600Hz sfd Intelligent Frame Creation Pro

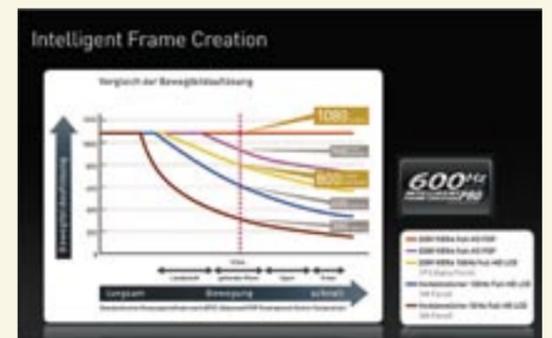
Die neue NeoPDP-Plasma-Generation bietet mit 1.080 Linien (ADPC-Messmethode) die höchste Auflösung für bewegte Bilder. Egal, wieviel Action auf dem Bildschirm herrscht – ein NeoPDP zeigt Bewegtbilder atemberaubend scharf. Technisch stecken hinter der hervorragenden Bewegtbild-Wiedergabe Panasonics Vreal Pro 4 Prozessor und die 600Hz Subfield Drive Intelligent Frame Creation Pro Technologie.

Jedes Bild, das ein Panasonic Plasma-TV erzeugt, besteht aus mehreren Unterbildern. Jedes dieser Bilder wird mit unterschiedlich hoher Spannung gezündet. Auf diese Weise werden die verschiedenen Graustufen/Helligkeitsstufen erreicht. Für das NeoPDP-Panel wurde die darstellbare Anzahl der Unterbilder von 8 (2008) auf 12 (2009) gesteigert. Mehr Unterbilder bedeutet zum einen eine bessere Helligkeitsabstufung und zum anderen – besonders wichtig für die menschliche Wahrnehmung des TV-Bildes – eine kürzere Standzeit.

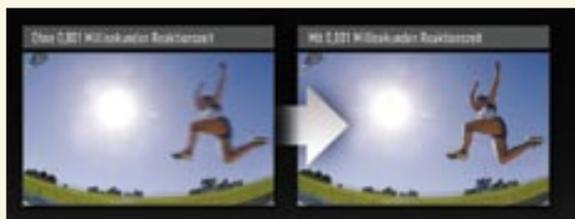
Bisher konnte die Intelligent Frame Creation diese Unterbilder nicht berücksichtigen, da dafür eine extrem hohe Rechenleistung nötig ist. 2009 hat es Panasonic erstmals geschafft, Bewegungen in diesen Unterbildern zu interpolieren. Dafür wird die Bewegungsfolge in den Originalbildern dreidimen-



Bei den neuen Plasma-Displays wird die Bewegungsfolge in den Originalbildern dreidimensional analysiert und bewegungsrichtig in die Unterbilder hineingerechnet, wobei jeweils zwölf Unterbilder pro „echtem“ Bild hinzugefügt werden.



Die NeoPDP-Displays erreichen die derzeit höchste Auflösung für bewegte Bilder von 1.080 Linien. Der Vreal Pro 4 Prozessor und die 600Hz Sub-field Drive Intelligent Frame Creation Pro Technologie erzeugen ein sattes Schwarz und 6.144 Graustufen.



Die Viera Plasma-Fernseher arbeiten mit selbstleuchtenden Zellen, bei denen ein einziger Impuls pro Pixel zur Bilderzeugung ausreicht. Dies ist gleichbedeutend mit einer Reaktionszeit von beeindruckenden 0,001 Millisekunden.

sional analysiert und bewegungsrichtig in die Unterbilder hineingerechnet. Damit wird eine scharfe Bewegungsdarstellung mit 600 unterschiedlichen Bewegungsphasen erreicht. Dies bedeutet eine der größten Entwicklungen in der Plasma-Historie. Bei 50 Bildern pro Sekunde mit je zwölf Unterbildern bedeutet das eine Analyse und Optimierung von 600 Unterbildern pro Sekunde, entsprechend 600 Hz.



Panasonic eine exakte Bewegungsdarstellung in Full-HD-Auflösung sicher. Selbst schnelle, actionreiche Bildfolgen wie beim Sport oder in Spielfilmen können so in hoher HD-Auflösung gezeigt werden. Dazu wird die Bewegungsfolge im Bildsignal analysiert und in die Unterbilder hineingerechnet. Mit 1.080 Linien (ADPC-Messmethode) bietet NeoPDP die höchste

flexibel ohne Kabel an die Wohnungseinrichtung angepasst werden. Zugänge zu ausgewählten Internet-Inhalten via Viera Cast und zum PC über DNLA gehören ebenso zur Ausrüstung wie ein SD-Karteneinschub. Den direkten Vergleich mit LCD/LED-Geräten scheut Panasonic nicht. Vielmehr erfüllen Plasma-TVs die technischen Voraussetzungen, die LED/LCD-TVs ver-

Für perfekte Bildqualität sorgen neben dem NeoPDP Panel die neuen Signal- und Bildverarbeitungstechnologien. V-Real Pro 4 zaubert brillante und natürliche Bilder, die dank 600Hz Intelligent Frame Creation Pro selbst bei schnellsten Bewegungen keine Schärfe einbüßen.

sowie LED-Hintergrundbeleuchtung zu bewältigen, um mit den Plasma-Geräten gleichzuziehen. Es handelt sich um LCD-Fernseher, die mit einer LED-Hintergrundbeleuchtung arbeiten. Dabei sind die Lampen entweder an den Kanten oder hinter den Panels angebracht. Und auch LED-Fernseher haben relative Schwächen, was die Schwarzwerte oder die homogene Helligkeitsausleuchtung betrifft. Die Plasma-Technologie ermöglicht es dagegen, zwei Millionen Bildpunkte einzeln zu beleuchten, jede Zelle kann individuell angesteuert werden. Schwarze Felder im Bild werden nicht beleuchtet und somit als reines Schwarz dargestellt, so Romagnolo weiter und ergänzt: „Aufgrund der Hintergrundbeleuchtung der LCD-Fernseher, die den Bildschirm je nach Technologie partiell oder ganz erhellt, erscheint das Schwarz im Bild vielfach als Dunkelgrau. Fazit: Wenn es um ein ungetrübtes Heimkinovergnügen geht, ist die Plasma-Technologie nach wie vor die erste Wahl.“ Hinzu kommt, dass Panasonic alle Bauteile zur Herstellung von Plasma-Fernsehern wie Panels, Steuerelektronik und Prozessoren selbst entwickelt und produziert. Auf allen Ebenen der Entwicklung können daher ständig Verbesserungen stattfinden, alle Einzelteile optimal aufeinander abgestimmt werden. „Das“, so Armando Romagnolo, „ist der Garant für die sehr hohe Produkt- und Bildqualität der Panasonic Fernseher.“ Darüber hinaus pflegt Panasonic den Netzwerkgedanken und ermöglicht sowohl den Zugriff auf Bild- und Audiodateien von PCs sowie die Nutzung von Internet-Inhalten.

handel mit einem exklusiven Vertriebsprogramm für alle hochwertigen Full-HD Plasma-Serien der neuen NeoPDP Generation. „Die Teilnahme am Panasonic NeoPDP Exklusivprogramm bedeutet für den stationären Fachhandel eine attraktive Rendite bei der Vermarktung der neuesten Viera Fernseher. Denn die speziellen

Händlerverträge schließen den Absatz über andere Kanäle als den echten Fachhandel weitestmöglich aus“, erklärt Uwe Paul, Vertriebsleiter Unterhaltungselektronik bei Panasonic Deutschland.

Die neuen Viera NeoPDP-Fernseher, von der Premium-Serie Z1 über die Serien 10, G15 bis hin zur Step-Up-Serie GW10, bilden künftig den Umsatzschwerpunkt im gesamten Plasma-Sortiment. „Wir möchten unseren exklusiven Handelspartnern eine attraktive Rendite ermöglichen und bieten ihnen durch die Selektivität des Programms einen Wettbewerbsvorteil sowie die Möglichkeit zur Differenzierung“, so Paul und ergänzt: „Außerdem birgt die Teilnahme für den Handel die Chance, durch seine Fachhandelsleistungen Wertschöpfung zu betreiben.“ Panasonic unterstützt die Vermarktung mit einem hohen Werbedruck sowie umfangreichen PoS-Aktionen. Darüber hinaus bietet Panasonic Verkaufsschulungen für eine qualifizierte Beratung durch den Fachhandel.



Die Displays der Z1-Serie in 46" und 54" zeigen, was NeoPDP möglich macht. Die Geräte sind extrem flach, und damit dabei keine Kabel stören, überträgt die Tunerbox das Fernsehsignal und die Signale aller angeschlossenen Geräte mittels Wireless HD kabellos zum Z1.

mögliche Auflösung für bewegte Bilder. Darüber hinaus ist das Gerät mit dem offiziellen THX-Siegel für zertifizierte Bildqualität versehen. Erstmals sind die Displays auch mit Wireless HD ausgestattet. Der Fernseher muss lediglich über ein Stromkabel angeschlossen werden. Weitere Geräte wie BD-Player, DVD-Recorder oder Heimkinosysteme können

sprechen. „Wenn es um Aspekte der Bildqualität geht, also etwa Kontrast, natürliche Farb- und Schwarzwiedergabe, seitlicher Betrachtungswinkel oder Reaktionszeit, hatten Plasma-Fernseher schon immer qualitative Vorteile“, erläutert Armando Romagnolo. „LCD-Fernseher versuchen, diese relativen Schwächen neuerdings mit neuen Schaltungstechniken



Der Multituner für DVB-S (HD), DVB-T und Kabel ermöglicht besten Empfang und Viera Cast holt das Internet in Ihr Wohnzimmer. Auch das Betrachten von Videos und Bildern von Ihrem PC ist mit DNLA kein Problem. Angeschlossene Geräte lassen sich dank Viera Link über die TV-Fernbedienung steuern.

POS-MAIL INHALT

Aktuell	... 4
Philips: Starkes Produktportfolio für das 2. Halbjahr	... 6
Technisat: MultyText für interaktives Digitalfernsehen	... 6
Samsung: Startschuss für ein absatzstarkes zweites Halbjahr 2009	... 8
Sky: Erfolgreicher Start mit neuem Konzept	... 9
Satellitentechnik	... 10
G&BL: Große Jubiläumspräsentation auf der IFA 2009	... 11
Sharp: Full-LED-Backlight für strahlende Bilder	... 12
UE-Neuheiten	... 14, 16, 30
Wentronic: Neues Zubehör aus Braunschweig	... 17
Markt: Blu-ray vor dem Durchbruch – Teil 2	... 17
Verschlüsselungsstandards: Nachfolger der CI Schnittstelle kontrovers diskutiert	... 18
Sony mit 200 Hz und HD Triple-Tuner	... 19
Sony: Neues Partnerprogramm (SPP) startet zur IFA	... 20
Sony: Brillante Bilder bei wenig Licht	... 20
Sony: Die neuen Cyber-shot Modelle DSC-TX1 und DSC-WX1	... 21
Sony: VAIO NW-Serie – gut ausgestattet und einfach zu bedienen	... 22

TK-Nachrichten	... 23
Navi	... 24
Markt&Design – Die Krise: Not macht erfinderisch	... 26
2. Internationales Business Forum Köln: „Memories are more...“	... 27
Casio: Neue Exilim Digitalkameras auf der IFA	... 30
Nikon mit vier Coolpix Modellen auf der IFA	... 31
25 Neuheiten in Canons Herbstkollektion	... 32
Samsung Weltneuheiten: Digitalkameras mit WLAN, Bluetooth und GPS	... 32
Games	... 33
Hama und DiSa kooperieren bei Diebstahlschutz für Speicherkarten	34
Für Anspruchsvolle: Philips Robust Collection	... 35
Luxus pur: Panasonic Nass-/Trockenrasierer ES-LA93	... 35
Kommunikation à la Miele@home	... 36
Neue Trockner von LG sparen Energie	... 36
Neue Küchenmaschinen von Kenwood	... 37
Glass Touch Kollektion von Russell Hobbs	... 37
Dyson setzt neue Motortechnologie ein	... 38
No(?)sense	... 38
Impressum	... 38

Exklusives Vertriebsprogramm

Panasonic unterstützt den Fach-

POS-Aktuell

Microsoft Hardware-Team neu aufgestellt

Mit dem Beginn des neuen Geschäftsjahres am 1. Juli 2009 hat sich das Hardware-Team bei Microsoft neu aufgestellt. Jens Tinapp, Head of Marketing Entertainment & Devices, hat ab sofort auch die Verantwortung für das Marketing der Consumer Hard- und Software bei der Microsoft Deutschland GmbH inne. Er folgt damit Petra Kopp nach, die als Key Account Manager in das Vertriebsteam gewechselt hat. Gleichzeitig hat Felix Petzel, Head of PR & Communication, Entertainment & Devices, die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Microsoft Hardware und Office für Mac übernommen. So sollen die Consumer-Produkte stärker vermarktet und Synergien, insbesondere im Gaming-Umfeld, genutzt werden.



Jens Tinapp

www.microsoft.de

Thompson ist neuer Präsident bei Toshiba

Alan Thompson ist neuer Präsident der Toshiba Europe GmbH. Thompson übernimmt diese Position von Noriaki Hashimoto, der nach einer zweijährigen Präsidentschaft nach Tokio zurückkehrt. Als Präsident der Toshiba Europe GmbH, mit Sitz in Neuss, zeichnet Alan Thompson verantwortlich für drei Geschäftsbereiche von Toshiba: Computersysteme (Notebooks, Mini-Notebooks, Peripherie und Zubehör wie etwa Docking-Stationen, Camcorder etc.), Consumer-Elektronik-Produkte (LCD-TVs, DVD-Player und -Recorder) sowie Storage Devices (beispielsweise Festplatten, die in Entertainment-Systemen, tragbaren Media-Playern und Notebooks zum Einsatz kommen). Die Ernennung von Thompson stellt einen Meilenstein für das japanische Unternehmen dar, da diese Position erstmals von einem Europäer übernommen wird. Dies ist ein weiterer Schritt in Richtung der fortlaufenden Internationalisierung von Toshiba, da das Unternehmen sein globales Management-Team mit regionaler Expertise verstärkt.



Alan Thompson

www.toshiba.de

Jasmine Peer ist Key Accounter bei THQ

Jasmine Peer ist neuer Key Account Manager Austria der THQ Entertainment GmbH. Sie übernimmt ihre Tätigkeit mit sofortiger Wirkung und berichtet in dieser Funktion direkt an Frank Krämer, Sales Director der THQ Entertainment GmbH. In den vergangenen zwei Jahren war Jasmine Peer bereits



Jasmine Peer

als Sales Representative Austria bei THQ für die Betreuung des Handels in Österreich verantwortlich.

www.thq.de

Toshiba bringt Hollywood-Feeling auf die IFA

In Halle 21a präsentiert Toshiba spannende neue Produkte aus den Bereichen LCD-TV, DVD, Data Storage, Notebook-Systeme, Camcorder & Options. Das Thema Bildqualität hat Toshiba in den Mittelpunkt seiner Produktentwicklung gestellt. In Zusammenarbeit mit dem Bildspezialisten Marcel Gonska, White Light Consultations (WLC), bietet Toshiba in dem „Regza LED Home Cinema“ Interessierten einen kompetenten Workshop zum Thema Bildqualität und Bildkomposition an. Die Workshops finden vom 4.8.–8.9. täglich um 16.00 Uhr statt. Ziel des Workshops ist es, den Blick der Teilnehmer für die wesentlichen Eigenschaften eines guten Bildes zu schärfen und durch neues Wissen eine bessere Beurteilung von Bildqualität zu ermöglichen. Die Toshiba Europe GmbH versteht sich somit als Pionier im Bereich der Consumer Education, indem sie Fachhändlern direkt am Ort des Geschehens die Vorzüge korrekter Bildreproduktion vermittelt. Interessierte können sich online verbindlich und kostenlos zur Workshop-Teilnahme anmelden: <http://ifaworkshop.toshiba-promo.de>

Loewe weiter profitabel

Im zweiten Quartal 2009 lag der Umsatz des Loewe Konzerns mit 71,0 Mio. Euro um 21 Prozent unter dem hohen Wert des Vorjahres von 89,5 Mio. Euro. Das Vorjahresquartal war noch von positiven Impulsen durch die Fußball-EM sowie von Erstbestückungseffekten durch die Markteinführung der Produktlinie Connect beeinflusst. In den ersten sechs Monaten 2009 ist der Konzernumsatz im Vergleich zum Vorjahr somit von 179,7 Mio. Euro um 20 Prozent auf 143,8 Mio. Euro gesunken. Weiterhin erfreulich stabil zeigt sich der Umsatzanteil der großformatigen und margenstarken LCD-TVs ab 37 Zoll am LCD-Gesamtumsatz von Loewe. So blieb der Umsatzanteil der großformatigen TV-Geräte mit einer Bildschirmdiagonalen von 37 Zoll und größer am TV-Gesamtumsatz mit 57 Prozent in den ersten sechs Monaten 2009 auf dem hohen Niveau des Vorjahreszeitraumes.

www.loewe.de

Erster Samsung Mobile Store eröffnet

Samsung Electronics hat in Zusammenarbeit mit der co-trade GmbH den ersten Samsung Mobile Store in Frankfurt/Main eröffnet. Neben den Mobiltelefonen bietet Samsung dort unter anderem auch Netbooks und MP3-Player an. Im Hessen Center Frankfurt präsentiert das Unterneh-

men auf 60 m² seine umfangreiche Produktpalette. Wer sich vor dem Kauf über Samsung-Produkte informieren möchte, ist bei dem fachkundigen Service-Personal in besten Händen. Martin Börner, Director Telecom Division: „Im Samsung Mobile Store hat der Kunde vor Ort die Möglichkeit, sich von der Qualität und Konvergenz unseres breiten Produktportfolios zu überzeugen. In Zukunft werden mobile Lifestyleprodukte wie Handys, LEDs/LCDs oder Netbooks immer stärker miteinander kommunizieren. Kommen die Endgeräte aus einer Hand, profitiert der Anwender von einem problemlosen Zusammenspiel der Technik.“

www.samsung.de

Microsoft Marketingprogramm für Windows 7

Mit der Einführung von Windows 7 am 22. Oktober steht dem Fachhandel der wichtigste Software-Launch des Jahres bevor. Im Vorfeld startet Microsoft ein Channel-Marketingprogramm, um den Handel auf die Einführung des neuen Microsoft Betriebssystems vorzubereiten und gemeinsam das volle Absatzpotential von Windows 7 auszuschöpfen. In vier Phasen erhält der Handel die Möglichkeit, an individuellen Trainingseinheiten teilzunehmen. Die Angebote reichen von Inhouseschulungen bis hin zu Onlinetrainings auf dem Microsoft Retailportal www.sales-wissen.de, an denen jeder Händler teilnehmen kann.

„Durch den Kompetenzgewinn aus unseren Trainings kann das Personal im Handel stärker als Berater denn als Verkäufer auftreten. Wir sind davon überzeugt, den Handel so viel effizienter zu unterstützen als durch bloße Flächenpräsenz in einigen Großmärkten“, erklärt Oliver Kaltner, Country Manager Enter-

tainment & Devices, Microsoft Deutschland. www.sales-wissen.de

teling will

Fachhändler begeistern

Schwerpunktmäßig dreht sich auf dem direkt neben der ARD platzierten Stand der Fachhandelskooperation teling nämlich alles ums Thema Ladengestaltung. Und mit dem IQ-Ladenbausystem für Geschäftsräume und Fassade ist die teling geradezu einzigartig in der Branche.

„Wir bieten unseren Mitgliedern ein Ladenbausystem im unverkennbaren Corporate Design der Kooperation, das sich dank seiner Modularität an jedes Geschäft und an jede Fassade anpassen lässt“, so Geschäftsführer Franz Schnur. „Und das durch die



Partnerschaft mit einem Ladenbauspezialisten und der Möglichkeit zum Leasing zudem so günstig ist, dass es sich im Prinzip jeder Fachhändler leisten kann.“

Auf der IFA wird der Startschuss zu einer neuen Digitalisierungskampagne fallen, mit der die Fachhändler ihre Kunden auf die Themen digitaler TV- und Radioempfang sowie HDTV aufmerksam machen können.

www.teling.de

Stiftung Warentest GUT (2,3)

HDTV OHNE UMWEGE!
FULL-HD DIGITALFERNSEHER VON TECHNISAT!
MADE IN GERMANY!

TechniSat HDTV 40
ab € 2.299,99 UVP
(=unverbindliche Preisempfehlung)

Top-Features:

- Full-HD-Panel
- Dual-HDTV-Multituner
- Ethernet- und USB-Schnittstelle
- 250 GB Festplatte inklusive integriertem digitalen Videorekorder

TechniSat
DIGITAL

TechniSat: Die Summe aller Vorteile.
Weitere Informationen und Modelle unter: www.technisat.de

EP Kompetenz-Zentrum auf der IFA 2009

ElectronicPartner engagiert sich in diesem Jahr auf der IFA in Berlin mit einem besonders umfangreichen Kompetenz-Zentrum für Fachhändler und Endverbraucher. Das IFA-Konzept 2009 von ElectronicPartner lautet „Service-Zeit“. „Während die Hersteller auf der IFA ihre Produkte in Szene setzen, zeigen wir mit unserem IFA-Auftritt, wie ein moderner Fachhändler aufgestellt sein muss, um heute und in Zukunft nachhaltig erfolgreich zu sein.“

Gerade in einem Umfeld, in dem viele Anbieter ausschließlich preisfokussiert arbeiten, ist ein klares Profil wichtig. Innovation, Design und Life-



style, verbunden mit dem Service, der den Unterschied macht, sind nach unserer Überzeugung die richtigen Attribute für einen überzeugenden Marktauftritt. Daher bilden sie unser Profil“, erläutert ElectronicPartner-Chef Oliver Haubrich. Zusammen mit dem Plus X Award setzt ElectronicPartner in Halle 18 innovative Spitzentechnologie aufwendig in Szene. „Unsere nachhaltige Partnerschaft mit dem Plus X Award macht es möglich, die besten Produkte publikumsnah und attraktiv zu inszenieren und auch für den beratungsstarken Fachhandel einen wichtigen Akzent auf der IFA zu setzen“, so Haubrich.

www.electronicpartner.de

Nachfrage nach Blu-ray Discs und Blu-ray Playern steigt

Auf der IFA spielt Blu-ray die Hauptrolle, wenn es um Gegenwart und Zukunft des Heimkinos geht. 2009 wird der hochauflösende Standard einen Anteil von rund zehn Prozent am Heimkinomarkt erreichen. Die Zeichen stehen auf Wachstum. Auch wenn Blu-ray den Rückgang bei den DVD-Verkaufszahlen nicht wettmachen kann: Das neue Medium sendet durchweg positive Signale und macht weiter Boden gut auf die Vorgängerin. Zu Jahresbeginn hatte Blu-ray acht Prozent des Heimkinomarktes erobert, für das gesamte Jahr prognostizieren Branchenkenner einen Marktanteil von zehn Prozent.

„Blu-ray ist in den Wohnzimmern der Heimkino-Fans angekommen. Die Zahl der verkauften Blu-ray Player hat sich zwischen Mai 2008 und Mai 2009 mehr als vervierfacht“, so Thilo Röhrig, Vorsitzender der Blu-ray Group Deutschland. 2010 soll sich der Player-Absatz im Vergleich zu diesem Jahr abermals verdoppeln. Analog zur Nachfrage wächst das Hardware-Angebot in allen Preissegmenten, und Player sind bereits ab 150,- Euro erhältlich. In der ersten Jahreshälfte 2009 wurden bereits 2 Millionen Blu-ray Discs abgesetzt – das waren 400.000 mehr als im gesamten Vorjahr. Für das Gesamtjahr prognostiziert der Branchenverband Bitkom eine Steigerung gegenüber dem Vorjahr um 113 Prozent. Auch die Zahl der verfügbaren Filme wächst kontinuierlich: Inklusive Audio-BDs sind inzwischen rund 1.300 Titel in Deutschland erhältlich, dazu kommt ein großes Angebot an Importware – zu ebenfalls sinkenden Durchschnittspreisen, die laut Bitkom mittlerweile bei rund 21 Euro liegen. Blu-ray nimmt Kurs auf den Massenmarkt. Und das, obwohl viele Konsumenten in Deutschland mit dem Thema HD noch nichts anfangen können, da es an hochauflösenden Fernsehprogrammen fehlt. „Durch den breiten HDTV-Start im kommenden Jahr wird das Thema Blu-ray auch bei jenen ankommen, die bislang nicht auf den HD-Zug aufgesprungen sind. Ich bin sicher: Wer einmal HD-Bilder gesehen hat, wird sich im Heimkino nicht mehr mit weniger Qualität zufriedengeben“, so Röhrig. Immerhin kaufen vier von fünf Blu-ray Nutzern keine DVDs mehr. Ein weiterer Erfolgsgarant ist die Verbreitung von HD-fähigen Fernsehern: Allein in diesem Jahr werden hierzulande voraussichtlich 7,1 Millionen Flach-TVs verkauft.

www.blu-raydisc.com



Entdecken Sie ihr ganzes Geheimnis mit dem 24-mm-Ultra-Weitwinkelobjektiv.



MEHR WEITWINKEL FÜR MEHR TIEFGANG.

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



Wide Lens

24-mm-Weitwinkelobjektiv:
Maximaler Gestaltungsspielraum
dank erweitertem Blickwinkel.



DUAL
Dual Image
Stabilization

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



Optical Zoom

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



Smart Album
Funktion

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



SAMSUNG SMART CAMERAS.
INNOVATION MAKES IT EASY.

SAMSUNG

Philips: Starkes Produktportfolio für das 2. Halbjahr

Mehr sehen als üblich

Zur IFA bringt Philips neue LC-Display-Serien auf den Markt und stärkt gleichzeitig seine Partner mit einem auf den stationären Handel ausgerichteten Vertriebskonzept. Mit dem neuen Aurea steht der Nachfolger der bekannten Reihe mit Edge-LED-Technik zur Verfügung, während die 9700er LCD-TV-Reihe über Direct-LED-Backlight mit Local Dimming verfügt.

Erfolg kommt nicht von ungefähr und ohne den Fachhandel als Mittler zwischen Kunde und Hersteller dreht sich wenig. Philips versteht sich als verlässlicher Partner mit einer zuverlässigen Vertriebsstrategie und unterstützt den Handel mit Top-Schulungen und Top-Service. Spezialisierte

Vertriebsteams pro Produktbereich stehen den Philips-Partnern jederzeit mit Rat und Tat zur Seite. Mit den neuen Displays der Aurea-Reihe sowie der 9700er-Serie steht für jeden Kundenwunsch das passende Gerät zur Verfügung.

Der neue Aurea präsentiert sich in Weiß mit dem transparenten Active Frame mit Ambilight Spectra, bei dem der Glasrand durch 252 LEDs entsprechend dem dargestellten Bild beleuchtet wird. Die geringe Bautiefe des Aurea von 60 mm wird durch den Einsatz einer Display-Hintergrundbeleuchtung auf LED-Basis erreicht. Bei diesem „Edge Lit-LED-Backlight“ sind die LEDs als Lichtquellen am äußeren Rand des Displays platziert. Vorteile dieser Technolo-



Der Aurea 40PFL9904H ist nur 60 Millimeter tief und bietet dank dem von 252 LEDs beleuchteten Active Frame einen nahtlosen Übergang zwischen Bildschirm und Rahmen. Die Lautsprecher sind unsichtbar in das Gehäuse integriert.

gie sind neben der flachen Bauweise auch eine hohe Energieeffizienz. Der Aurea 40PFL9904H ist ab Oktober zum Preis von 3.999,- Euro erhältlich.

Die 9700er-Reihe mit ihrem charakteristischen Design und einer Front aus gebürstetem Aluminium wird in den Größen 40, 46 und 52 Zoll (102, 117 und 132 Zentimeter) erhältlich sein. Die Displays sind mit der neuesten Generation von Full-HD-Displays (1.920 x 1.080p) mit der weiterentwickelten Local Dimming-Technologie von Philips ausgestattet. Zusätzlich erzeugt die Bildverarbeitungstechnologie Local Contrast ein dynamisches Kontrastverhältnis von 5.000.000:1. Neu in den Philips Flat-TVs mit Ambilight ist in 2009 der Zugang zum Internet über Net TV. Neben dem direkten Zugriff auf Contentplattformen über Symbole ist auch der Zugang auf jede Webseite durch Eingabe der entsprechenden Adresse möglich. Der 40PFL9704H ist ab September für 2.300,- Euro erhält-



Philips setzt bei der neuen 9700er LCD-TV Reihe auf Bildschärfe, Kontrast und Bilddynamik. Darüber hinaus sorgt die Local Dimming-Technologie in Verbindung mit Local Contrast für ein dynamisches Kontrastverhältnis von 5.000.000:1. Die Displays sind in 40 Zoll, 46 Zoll und 52 Zoll erhältlich.



lich, der 52PFL9704H für rund 3.300,- Euro, während der 46PFL9704H zum Preis von 3.000,- Euro bereits lieferbar ist.

www.philips.de

In Zusammenarbeit mit verschiedenen Partnern wurden Webservices für Net TV maßgeschneidert. Dazu gehören YouTube, eBay, TomTom, Meteogroup, Netlog, Funspot und MyAlbum. Lokale Partner komplettieren das Angebot. In Deutschland präsentieren bereits 60 Anbieter Services aus den unterschiedlichsten Bereichen.

Technisat: MultyText für interaktives Digitalfernsehen

Neue Klasse: TechniLine 32 HD

Mit der neuen „TechniLine“-Serie setzen die Dauner ihr LCD-TV-Konzept mit integriertem Multi-Empfangstuner für alle Übertragungswege fort. Darüber hinaus startet das Unternehmen mit MultyText den ersten „TechniSat Deutschland & Regionalwetterservice“ unter MHEG-5.

Der neue 32-Zoll Full-HD Digitalfernseher TechniLine 32 HD ist serienmäßig mit einem integrierten HDTV-Multituner ausgestattet und kann somit digitale TV- und

Radioprogramme über Satellit, Kabelfernsehen und Antenne (DVB-T) direkt ohne Zusatzgerät empfangen. Der Empfang analoger Programme ist über Antenne und Kabelfernsehen möglich. Über die beiden Common Interface (CI) Schnittstellen können Pay-TV-Sendungen empfangen werden.

Multimedia-Talent

Das Erkennungszeichen der neuen Serie ist ein leuchtender LED-Ring unterhalb des Bildschirms. Von angeschlossenen USB-Sticks oder externen Festplatten lassen

sich zahlreiche digitale Medienformate wiedergeben. Dazu gehören nicht nur digitale Bilder und Musik, sondern zusätzlich gleich eine ganze Palette gebräuchlicher Videoformate. So zum Beispiel Dateien im gängigen MPEG2-Format oder VOB-Videos, wie sie bei DVDs Verwendung finden. Bei der Erstinbetriebnahme führt der TechniSat „AutoInstall“ Installationsassistent den Anwender durch die Startkonfiguration. Der TechniLine 32 HD ist mit der neuen TechniSat „TV-Zeitkonto“-Funktion ausgestattet. Diese Funktion bietet jedem Kunden die Möglichkeit, passwortgeschützte Profile für Personen im Haushalt anzulegen. So können zum Beispiel Eltern für ihre Kinder ein spezielles Profil anlegen, welches nur den Aufruf ausgewählter TV-Programme zulässt.

Interaktive Dienste

In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Wetterdienst und S&T Ltd. startet zur IFA mit dem „TechniSat Deutschland & Regionalwet-



Der neue 32-Zoll Full-HD Digitalfernseher TechniLine 32 HD ist serienmäßig mit einem integrierten HDTV-Multituner ausgestattet. Über das TV-Zeitkonto können Zugriffsrechte auf Programme und Fernsehzeiten für verschiedene Personen festgelegt werden. Das Display ist ab Oktober für 1.199,99 Euro erhältlich.

terservice“ die erste MHEG-5-Anwendung in Deutschland. Mit MultyText lassen sich begleitend zum TV- oder Radioprogramm interaktive Multimedia-Anwendungen ausstrahlen. Alle zukünftigen TechniSat Digitalreceiver und Digitalfernseher werden mit MultyText-Unterstützung ausgestattet. Einige TechniSat Digital-Receiver werden nachträglich via automatischem Software-Update mit MultyText-Funktionalität ausgerüstet. Hierzu gehören die Modelle DIGIT MF4-S Plus und DIGIT MF8-S. Per MultyText können Bild- und Textinformationen wie Nachrichten, Wetter, Finanzdaten, Sportergebnisse und

vielen mehr gemeinsam mit dem TV-Programm via DigitalSat übertragen und vom Zuschauer interaktiv genutzt werden. Der Zuschauer steuert die empfangenen MultyText-Anwendungen über Auswahllisten und Zahleneingaben mit seiner Fernbedienung. Da TechniSat seinen MultyText-Dienst über eigene Übertragungskapazitäten anbietet, kann der „Deutschland- & Regionalwetterservice“ unabhängig vom zugeschalteten Sender direkt aus dem TechniSat-eigenen Programminformationsdienst SiehFern INFO abgerufen werden.

www.technisat.de



In Zusammenarbeit mit dem Deutschen Wetterdienst und S&T Ltd. startet TechniSat mit dem „Deutschland & Regionalwetterservice“ die erste MHEG-5-Anwendung in Deutschland. Die Anwendung zeigt eine Übersicht der aktuellen Wetterlage für das Bundesgebiet.

BESUCHEN SIE
UNS JETZT AUF
DER IFA. HALLE 17,
STAND 107.



**DIE EX-Z90.
DIE FARBENFROHE UND
INSPIRIERENDE NEUE
EXILIM ERFAHRUNG.**



Individuelle e-Cards, kreative Fotos – alle
Informationen zu der neuen Welt des Foto-
grafierens mit Dynamic Photo unter:

www.exilim.de

**Die EX-Z90 mit Dynamic Photo –
in sechs trendigen Farben.**

- EXILIM Engine 4.0 für überragende Bildqualität
- 12,1 Megapixel
- 3fach optischer Zoom
- Intelligent AF (Autofokus)
- HD-Videoaufnahme*
- Landschaftsmodus
- Dynamic Photo für noch mehr Spaß am Fotografieren

* Maximale Aufnahmedauer: 10 Minuten pro Video.

EXILIM
www.exilim.de

Samsung: Startschuss für ein absatzstarkes zweites Halbjahr 2009

„Überzeugende Verkaufs-Argumente“

Zur IFA 2009 in Berlin erweitert Samsung sein Portfolio um renditeträchtige Produkte, die dem Home-Entertainment-Gedanken entsprechen und den Daten- sowie Informationsaustausch untereinander ermöglichen. Darüber hinaus erfüllen sie die steigende Nachfrage nach HD-fähigen Geräten.

Neue Technologien, neue Übertragungsstandards, eine immer bessere Bildwiedergabe sowie die Vernetzung einzelner Geräte zu einem kompletten Entertainment-System sind die Entwicklungen, mit denen der Verbraucher in den kommenden Monaten konfrontiert wird. Gleichzeitig steigen die Komfortmerkmale der Produkte, ohne dass sich dies unbedingt auf den Verkaufspreis auswirkt.



Hans Wienands: „Der Kunde von heute sieht den Fernseher als zentrales Design-Element seines Wohnzimmers.“

Die Zeit ist reif für neue Geräte

Dies ist einer der Gründe, warum Hans Wienands, Samsungs Business Director CE, die Zeit für den Endkunden gekommen sieht, ein neues Fernsehgerät zu kaufen. „Der Zeitpunkt für den Kauf eines

jetzt vereinen. Dies sind perfekte Argumente für die Kaufentscheidung.“ Damit einhergehend stellt sich die Frage, ob die IFA 2009 der Startschuss für ein verkaufsstarkes zweites Halbjahr sein wird.

HD sorgt für Nachfrage

„Ja, unbedingt“, ist Wienands überzeugt. „HDTV wird in Deutschland endlich Realität. Noch im Spätherbst starten RTL und Vox mit der HD-Übertragung. Im Januar folgen die Sender der ProSiebenSat.1-Gruppe. Auch ARD und ZDF übertragen ab 2010 ihr Programm in High Definition. Diese Entwicklung schafft Nachfrage nach HD-fähigen Flachbildfernsehern. Alle Händler werden davon profitieren, ganz besonders im Weihnachtsgeschäft 2009. Die offene CI Plus-Schnittstelle etwa wird sich als Standard für verschlüsselte TV-Signale etablieren

größere Rolle. Denn längst sieht der Verbraucher technische Geräte nicht mehr nur als Mittel zum Zweck, sondern als Designobjekt an. „Der Kunde von heute sieht den Fernseher als zentrales Design-Element seines Wohnzimmers und stimmt auch Zuspielder wie Blu-ray Player, Heimkinoanlagen oder Soundbars darauf ab“, unterstreicht Hans Wienands. „Deshalb haben wir mit dem eleganten Crystal TV Design eine einzigartige Farben- und Formen-sprache für unsere Fernseher geschaffen und unser Portfolio an Zuspieldern darauf abgestimmt. So passt etwa unsere innovative Blu-ray Soundbar HT-BD8200 perfekt zu unseren TV-Geräten mit einer Bildschirmdiagonale von 102 Zentimetern, also 40 Zoll. Wird die Soundbar beispielsweise unterhalb unserer schlanken LED-TVs an die Wand gebracht, bilden beide Geräte so eine Einheit. Dabei lassen sich die LED-TVs mit einer Tiefe von nur 2,9 Zentimetern kinderleicht wie ein Bild aufhängen – das ist die perfekte Verbindung von Design und Technologie. Das Crystal TV Design haben wir 2009 übrigens mit klaren Linien und



Die Blu-ray Soundbar HT-BD8200 von Samsung bietet durch integrierten Player scharfe und detailgetreue Bilder und satten Sound. Dank aktivem drahtlosem Subwoofer lässt sie sich überall problemlos im Wohnzimmer platzieren. Die integrierte Upscaling-Funktion erhöht die Standard-Auflösung von DVDs auf die für High Definition charakteristische Auflösung von 1.080p.

neuen TV-Displays könnte kaum besser sein“, so Hans Wienands. „Der Kunde erhält für sein Geld so viel wie nie zuvor. Full-HD, LED-Hintergrundbeleuchtung, Konnektivität und Multimedia-Vielfalt, Umweltfreundlichkeit, Tuner für DVB-C/T/S2 und auch die integrierte CI Plus-Schnittstelle in vielen Geräten sind nur einige der Vorteile, die Samsung Fernseher

– dies bringt Klarheit für den Konsumenten. Samsung hat bereits jetzt in fast allen Geräten CI Plus integriert.“

Design und Technologie

Neben der Ausstattung eines Gerätes spielt aber das Design für die Kaufentscheidung eine immer

edlen Materialien wie Glas und gebürstetem Aluminium konsequent weiterentwickelt.“ Ein weiterer Aspekt ist das Zusammenwachsen verschiedener Produktbereiche zu einem Gesamtsystem. Filme, Fotos und Musik liegen in digitaler Form vor und erleichtern den Datenaustausch zwischen den Fernsehern, Surroundanlagen, Streamingge-



Samsung LED-TV-Geräte sind gerade einmal 2,9 cm tief und ziehen mit dem einzigartigen Crystal TV-Designkonzept alle Blicke auf sich. Mit 100 Hz/200 Hz Motion Plus-Technologie und dem Wide Color Enhancer Pro erzeugen sie kontrastreiche, harmonische und detailgetreue Bilder in lebensechten Farben.



Die neuen LED-Displays sind lediglich 2,9 Zentimeter dick und erscheinen wie ein Bild an der Wand. Ebenso wie seine Fernseher hat Samsung auch die Home-Cinema-Anlagen im Crystal-Design ausgeführt, so dass sich in der Kombination der Geräte ein harmonisches Bild ergibt.

räten und PCs über drahtgebundene oder kabellose Netzwerke. Hans Wienands sieht hier keine Verständnisprobleme für den Verbraucher: „Wenn wir es als Hersteller richtig machen und die einfache Bedienung in den Mittelpunkt der Entwicklung stellen, ist die Konnektivität sogar das überzeugendste Verkaufsargument. Unsere Fernseher und Blu-ray Heimkinoanlagen bieten über Schnittstellen wie WLAN, HDMI, USB und Bluetooth fast unbegrenzte Konnektivität – weil es unsere Kunden so wünschen. Fast jeder hat zu Hause einen Computer, Internetanschluss, Digitalkamera, Camcorder, MP3-Player oder Multimedia-Handy. Indem wir Nutzern ermöglichen, all diese Produkte unkompliziert zu vernetzen, bieten wir sehr viel Mehrwert.

Ansatz für jedes weitergehende Verkaufsgespräch.“

ECO wird zum Verkaufsargument

Und Wienands sieht noch einen Punkt, der beim Endkunden eine immer größere Rolle spielt und dem die neuen Samsung-Produkte durchweg entsprechen: „Ökologische Aspekte bekommen bei der Kaufentscheidung immer mehr Gewicht. Wir stellen uns mit der Produktion nach ökologischen Gesichtspunkten unserer Verantwortung der Umwelt gegenüber – und der umweltbewusste Kunde weiß das zu schätzen. Zum anderen hat ‚grün sein‘ auch ganz einfach finanzielle Vorteile für den Käufer eines Samsung Fernsehers: Er spart mit unseren neuen LED-TVs bis zu 40 Prozent Energie – und damit nicht nur CO₂-Emissionen, sondern bares Geld.“

www.samsung.de

Sky: Erfolgreicher Start mit neuem Konzept

Händlernetz erweitert

Sky hat am 4. Juli sein neues Entertainment-Angebot in Deutschland und Österreich erfolgreich gestartet. Besonders attraktiv: das erweiterte Programmangebot, das Abonnenten deutlichen Mehrwert bietet. Gleichzeitig hat das Unternehmen mit dem Ausbau seines Händlernetzes begonnen sowie den Handelssupport erheblich erweitert.

Mit einer umfangreichen Marketingkampagne Anfang Juli ist der aus Premiere hervorgegangene Pay-TV-Sender Sky gestartet. Zeitgleich hat das Unternehmen den Handelsvertrieb deutlich ausgebaut, um die Zahl der Abonnenten sowie den Umsatz pro Kunde zu steigern. Aktuell konnten die Verkaufsstellen im Einzelhandel von ehemals 3.500 auf 7.500 mehr als verdoppelt werden. Geplant sind bis Ende August 2009 insgesamt 8.000 Händler. Mit dabei sind Flagshipstores, in denen das Sky-Angebot für den Kunden erlebbar gemacht wird. Dazu sind diese Stores mit interaktiven PoS-



Marcello Maggioni: „Sky ist TV-Unterhaltung auf höchstem Niveau, ein ganz neues und innovatives Angebot, das sich von allen Vorherigen unterscheidet.“

Displays ausgestattet, an denen der Endkunde alles über das Sky-Angebot sowie die einzelnen Programmpakete erfährt.

Derzeit beinhaltet das Programmangebot bis zu 40 Unterhaltungssender mit einer breiten Auswahl erstklassiger Filme. Darüber hinaus bietet Sky das umfassendste Sportprogramm und zeigt live alle Spiele der Bundesliga, des DFB-Pokals und der UEFA Champions League, dazu die UEFA Europa League, internationalen Fußball, Formel 1, Golf, Eishockey, Tennis und die Fußballweltmeisterschaft 2010. Zusätzlich bietet Sky momentan mit sieben HD-Prop-

grammen das erste umfassende HD-Angebot.

„Um unsere Handelspartner optimal betreuen zu können“, führt Marcello Maggioni, Senior Vice President Sales & Marketing, aus, „haben wir die Zahl unserer Außendienstmitarbeiter von 16 auf 50 verdreifacht und zusätzlich rund 30 externe Außendienstler im Einsatz. Darüber hinaus werden an Tagen mit hohem Kundenaufkommen zusätzlich speziell geschulte Powerseller eingesetzt.“

Neben der Verkaufsunterstützung durch Marketingmaßnahmen ist jedoch die persönliche Betreuung der Händler wichtig. Um hier flächendeckend agieren zu können, erhöht Sky die Besuchsfrequenz der Partner vor Ort, um eine engere Kundenbindung zu erreichen. Und in Kürze werden mehr als 2.000 Installationsbetriebe Endkunden vor Ort bei der Einrichtung der Empfangstechnik unterstützen sowie Reparaturen und Upgrades vornehmen – alles zu attraktiven Preisen. www.sky.de



Sky bietet Programmpakete mit bis zu 40 allgemeinen Unterhaltungskanälen und eine breite Auswahl erstklassiger Filme. Darüber hinaus strahlt Sky das umfassendste Sportprogramm inklusive der Bundesliga-Live-Übertragungen aus und ist mit sieben HD-Programmen Vorreiter des High Definition-Fernsehens.



Sky-CEO Mark Williams vor dem neuen interaktiven PoS-Modul, wie es der Verbraucher in den Flagshipstores vorfindet. Hier kann er sich nicht nur über das Programmangebot informieren, sondern die einzelnen Pakete live erleben – inklusive des derzeit sieben Programme umfassenden HD-Angebotes.

So haben Sie sich noch nie über Ihre Stromrechnung gefreut. Denn der Vision 6 ECO benötigt bis zu 48 Prozent weniger Energie als herkömmliche LCD-TV-Geräte. Auch im Stand-by-Modus liegt er weit unter den gängigen Werten. Nur bei der Ausstattung ist er verschwenderisch: SRS TruSurround Sound System, gestochen scharfes HD-Bild und integrierter DVB-T-Tuner für digitales Fernsehen. Alles Weitere unter www.grundig.de

AUS GUTEM
GRUND
GRUNDIG

Braucht so wenig Strom wie ein Kaktus Wasser.





IFA-Highlights auf dem Astra HD-Demokanal

IFA International TV und Astra bringen gemeinsam mit der gfu erstmals die Highlights der IFA in hochauflösender HD-Qualität ins Fernsehen. Vom 4. bis zum 9. September 2009 können sich europaweit mehr als 40 Millionen Satelliten-Haushalte über den Astra HD-Demokanal über die neuesten Trends der IFA informieren. Die tagesaktuellen Beiträge werden im HD-Übertragungsstandard 1.080i produziert und alle zwei Stunden ab 10.00 Uhr auf dem Astra HD-Demokanal in englischer Sprache ausgestrahlt. Abgerundet wird die IFA-Berichterstattung in HD durch Previews, die ab dem 28. August in HD-Qualität ausgestrahlt werden. Bis zum 18. September wird ein Zusammenschnitt der wichtigsten Highlights gezeigt. Für die Sendeabwicklung zeichnet das Playoutcenter der SES Astra Tochter APS Astra Plattform Services in München verantwortlich. www.astra.de

Comag bietet HD+ Update an

Die Comag Handels AG stellt sicher, dass Zuschauer, die bereits in einen HDTV Satelliten-Receiver investiert haben, künftig die über HD+ ausgestrahlten HD-Programme RTL, Sat.1, ProSieben, VOX und kabel eins empfangen können. Derzeit ist geplant, bereits im Markt befindliche HDTV Satelliten-Receiver mit einer herkömmlichen CI-Schnittstelle durch ein spezielles CI-Modul und ein Software-Update für HD+ durch den Verbraucher nachzurüsten. So können Verbraucher, die sich schon heute für den Kauf eines aktuellen HDTV Satelliten-Receivers aus dem Hause Comag entscheiden, zukünftig Programme über HD+ sehen. www.comag-ag.de

VideoWeb verbindet HDTV mit Internet-TV

VideoWeb zeigt auf der IFA einen Hybrid-Sat-Receiver, der HDTV mit Internet-TV verbindet. Der VideoWeb S500 Satellitenempfänger ist ein leistungsstarker „HDTV-Computer“, der von einem Rechenzentrum aus über



das Internet permanent mit neuesten Anwendungen und Erweiterungen aktualisiert wird. Die ab September 2009 erhältliche Receiver-Box kostet inklusive kostenlosem HD+-Update 249,- Euro. Das VideoWeb TV-Portal enthält zum Start Anwendungen für Picasa, Flickr, Facebook, Twitter und GoogleMaps. Der Sat-Empfänger bringt WebTVSender auf den Fernseher und integriert VideoOnDemand in HDTV. www.videoweb.de

CableStar Combo HD CI von TechniSat

TechniSat bietet mit der CableStar Combo HD CI eine Komplettlösung für den digitalen Fernsehempfang am PC oder Notebook an. Dank des integrierten Combo-Tuners können mit der kompakten USB-Box digitale



TV- und Radioprogramme via Kabel (DVB-C) und DVB-T sowohl in SD- als auch HDTV-Qualität empfangen werden. Durch den integrierten Common Interface-Schacht ist die Box zum Empfang von verschlüsseltem Fernsehen (Pay-TV) vorbereitet. Alle

einen Audio-Ausgang SPDIF, 5.000 Programmspeicherplätze, vorprogrammierte Frequenzen von Hotbird, Türksat und Astra, 8 Favoritenlisten, Blindscan sowie einen Netzschalter. Der HDTV-Satellitenreceiver smart MX 04HDCA ist ab sofort zu einem Preis von 119,95 Euro erhältlich. www.smart-electronic.de

Kathrein-Receiver sind HD+ tauglich

Für die neue HDTV-Plattform „HD+“ von SES Astra sind die aktuellen und künftigen Sat-Receiver von Kathrein vorbereitet. „Alle unsere aktuellen DVB-S-HDTV-Receiver – der UFS 922, der UFS 910 und der UFS 902 – können durch ein Software-Update und mit einem sogenannten „Legacy-Modul“ mit entsprechender Smartcard für die neue Plattform tauglich gemacht werden“, so Kathrein-Entwicklungsleiter Ralf Exler. Das Software-Update wird zeitgleich mit der Markteinführung der Legacy-Module über die Homepage von Kathrein verfügbar sein. www.kathrein.de

Reel Dual-Tuner-Karte für DVB-S/S2

Mit den neuen Dual-Tunern für Satellitenfernsehen in SD- und HD-Qualität (DVB-S und DVB-S2) gewinnt die ReelBox weiter an Leistungsfähigkeit und Flexibilität. Durch den Einsatz von drei Dual-Tuner-Karten ist es jetzt möglich, das 6-Tuner-Konzept auch für HDTV zu realisieren. Wer viel auf-



zeichnet oder die ReelBox als Streaming Server in einer Multi-Room-Lösung einsetzt, profitiert von den neuen Dual-Tunern. Darüber hinaus kann man durch den Einsatz mehrerer Karten einen Twin-Receiver

für DVB-S2 realisieren, während der zweite und der dritte Tuner-Steckplatz für eine DVB-C-, -T- oder -S2-Karte zur Verfügung stehen. Geeignet ist der Dual-Tuner als Aufrüstooption für jedes Gerät der ReelBox-Serie. www.reel-multimedia.com

Breitbandversorgung via Satellit von Eutelsat

Im Rahmen eines Projekts will Eutelsat in Kooperation mit der Mecklenburg-Vorpommernschen Landesregierung eine Lösung der Versorgungsprobleme über eine leistungsstarke satellitengestützte Anbindung in den Bedarfsregionen bieten. Eutelsat stellt hierzu einen vollwertigen Zwei-Wege-Breitbanddienst bereit. Dieser leicht zu installierende Dienst ermöglicht sofort schnelle Internetzugänge mit bis zu 3,6 Mbit/s. Die monatlichen Kosten betragen bei 24-monatiger Vertragslaufzeit 39,90 Euro. Die benötigte Hardware ist darin bereits kostenlos enthalten. www.eutelsat.de

Humax-Sat-Receiver bald HD+ kompatibel

Zum Start der HD+ Plattform können die bereits im Markt befindlichen HDTV-Einstiegsreceiver Humax HD-FOX aufgrund eines bereits vorhandenen Karteneinschubs per Software-Update zum Empfang von HD+ nachgerüstet werden. Dieses Software-Update ist kostenlos und wird pünktlich vor dem Start der HD+ Plattform verfügbar sein, so dass die neuen Programmangebote genutzt werden können. Im Premium-Bereich arbeitet Humax derzeit ebenfalls an der zeitnahen Bereitstellung einer softwarebasierten Lösung, welche die bereits verkauften iCord HD High-End-Festplattenreceiver über ein CA-Modul für den Empfang von HD+ vorbereiten. www.humax-digital.de

Für besten Digital-Empfang

Digitaler HDTV-Sat-Receiver OR 280

- HDMI-Ausgang für brillante Bildqualität, Up-Scaler (576i, 576p, 720p, 1080i)
- Digitaler Audio-Ausgang
- MPEG-2 und MPEG-4
- 4000 Programmspeicherplätze
- Integrierter CI-Steckplatz für Pay-TV-Module

WISI Communications GmbH & Co. KG
Empfangs- und Verteiltechnik
Wilhelm-Sihn-Straße 5-7
75223 Niefern-Öschelbronn, Germany
info@wisi.de, www.wisi.de

Auf der IFA
vom 04. bis 09.09.2009
Halle 10.2, Stand 106

... a link to the future

gängigen Entschlüsselungsmodule für Verschlüsselungssysteme können in den CI-Schacht eingeschoben werden. Als Zubehör für die CableStar Combo HD CI ist ein spezielles DVB-T/C-Umschaltrelais erhältlich. Mit diesem Schalter ist es möglich, zwischen DVB-C- und DVB-T-Programmen hin- und herzuschalten, ohne dass man das Anschlusskabel wechseln muss. www.technisat.de

smart HD-Receiver MX 04HDCA

Der neue smart MX 04HDCA empfängt neben hochauflösendem Fernsehen auch alle freien SD- und in Conax verschlüsselten TV- und Radioprogramme. Alle Sender werden dank des integrierten Programmierungssystems RAPS nach Genres in optimierte Senderlisten sortiert. Das Gerät verfügt über eine USB-Schnittstelle für zukünftige Updates,



WISI auf der IFA 2009: Fit für Digital-TV

„Fit für Digital-TV“ lautet das Motto der WISI Communications GmbH & Co. KG (WISI) auf der IFA und für die neue Digitalisierungskampagne für den Groß- und Fachhandel. Das Unternehmen präsentiert sich am Stand 109 in Halle 10.2. mit zahlreichen Innovationen rund um die Zukunft des digitalen TV-Empfangs. Im Mittelpunkt stehen dabei die ersten Mitglieder der neuen Receivergeneration. Hier bietet das Unternehmen zukünftig drei Gerätelinien an. Die Einsteigerklasse MINI LINE, die Standardklasse HOME LINE und die Topklasse TOP LINE. Der Schwerpunkt der neuen Receiverflotte liegt auf dem HDTV-Empfang. WISI bringt die neuen Geräte schrittweise in den Markt. Das Unternehmen setzt dabei auf modernste technische Ausstattung wie etwa CI+, Streaming und multimediale Anbindungsmöglichkeiten. Mit den neuen HDTV Receivern wird dann auch der Empfang des neuen HDTV-Angebots HD+ von Astra möglich sein.



Festplatten-Satellitenreceiver OR597



Hausanschlussverstärker VX 88

Mit der MIDI LINE bringt WISI eine neue Familie kleiner Hausanschlussverstärker mit aktivem und passivem Rückweg in den Markt. Die neue Linie besteht aus den beiden leistungsstarken Verstärkern VX 88 und VX 89. Diese eignen sich für verschiedene Einzelfälle in Ein- und Mehrfamilienhäusern, die ans Kabelnetz angeschlossen sind. Sie sind im Betrieb stromsparend und bieten ein ausgezeichnetes Preis-/Leistungsverhältnis. Mit den Unicable-Lösungen lassen sich Etagenwohnungen einfach für den Anschluss von bis zu acht Receivern an ein Koaxialkabel nachrüsten. Dabei kann das bereits vorhandene Kabel mit in Serie geschalteten Antennendosen weiter verwendet werden. WISI hat bei der Entwicklung seiner aktiven Unicable-Multischalter DY 64 1810/DY 64 2410 und DY 68 1810/DY 68 2410 sehr hohen Wert auf Flexibilität und minimalen Installationsaufwand gelegt. So haben alle vier Multischalter ein niedriges Rauschmaß, hohe Ausgangspegel an den Teilnehmer- und Stammsausgängen, niedrige Dämpfungswerte, Schirmungsmaß der Klasse A sowie eine hohe Entkopplung an den Eingängen und Teilnehmerausgängen. Durch ihre geringe Stromaufnahme und ein aufgesetztes Schaltnetzteil mit Standby-Funktion (Typ. 0,5 W) sind sie energieeffizient. www.wisi.de

G&BL: Große Jubiläumspräsentation auf der IFA 2009

30 Jahre G&BL-Zubehör

G&BL, Spezialist für Audio- und Video-Zubehör, feiert auf der diesjährigen IFA sein 30jähriges Jubiläum. Am Stand 116, in Halle 3.2, können sich Fachhändler bei italienischem Flair von der breiten Produktpalette und vor allem den zahlreichen Neuheiten überzeugen.

Das Motto „Trust in Gold“ für bessere Bilder zieht sich durch das gesamte Kabel-Portfolio. Im HDMI-Bereich gibt es unter anderem Entwicklungen zum neuen HDMI 1.4-Standard. Darüber hinaus wird zur IFA 2009 erstmals die neue Marke „COVERIZED“ vorgestellt. Die Serie an Taschen und Hüllen für portable Elektronik, vom „iPod“ über Notebook und Kamera bis zum Navigationsgerät, soll vor allem das designaffine Auge ansprechen. So steht hier die Symbiose von bestmöglichem Schutz mit angesagter Optik und feinen Materialien aus Italien im Vordergrund.



Stefano Clemente: „Mit der Marke „Coverized“ bringen wir Geräte-Taschen auf den Markt, die Mode und Funktionalität verbinden.“

schiedenen Artikeln nicht nur zum italienischen Zubehörmarktführer, sondern europaweit zum bedeutenden Zulieferer vor allem für Goldkabel und Wandhalter für TV-Geräte geschafft. Dieser Erfolg begründet sich für Eigentümer Gianluigi Bano vor allem in der eigenen konsumentenorientierten Forschung und Entwicklung sowie deren Umsetzung auf qualitativ hohem Niveau. „Selbst in Zeiten der Krise zeichnet sich ein weiterer Geschäftserfolg ab“, so Stefano Clemente, General Manager G&BL, „der zum 30jährigen

Bestehen auf der IFA gefeiert werden soll. So gibt es neben der Jubiläums-Standparty für Händler und Medienvertreter vor allem neue Produkte am Stand zu entdecken.“ Davon hat G&BL mehrere Tausend, die allerdings nicht alle auf dem 400 m² großen, doppelstöckigen Stand ausgestellt werden.

Signal stabilisiert. Doch auch die nächste Kabel-Generation kommt bei dem italienischen Anbieter nicht zu kurz. So gibt es von G&BL erste Entwicklungen zum HDMI 1.4-Standard, obwohl deren Spezifikationen erst Ende Mai diesen Jahres bekannt wurden. Die neuen Kabel sollen eine mögliche Auflösung von 3.840 x 2.160 Pixeln bei 30 Hertz beziehungsweise 4.096 x 2.160 Pixeln bei 24 Hertz, anstatt der bei HDMI 1.3 maximalen Auflösung von 2.560 x 1.600 Pixeln, bieten und somit speziell für Full-HD, 3D und weitere zukünftige Innovationen gewappnet sein.

Ein kleiner Problemlöser ist der neue Mini-Display-Port-Adapter zum einfachen Anschluss des Apple Macs an TFTs, LCDs oder Plasmas mit HDMI-Eingang. Für beste Qualität sorgt auch dieser Adapter mit Goldsteckern und bietet dem Anwender Full-HD-Anschlussoptionen.

Solar-Lader für den iPhone-Akku

Als weiteres Highlight kommt der SolarCharger für das „iPhone 2G“, „3G“ oder „3Gs“ und den „iPod Touch 1G“ oder „2G“ daher. Er bietet 800 mAh-Power und eine Solarzelle. Der Charger-Akku wird automatisch bei Sonneneinstrahlung geladen, hierzu ist bereits normales Tageslicht ausreichend. Nach dem Anstecken wird die Energie automatisch an das iPhone oder den „iPod“ weitergegeben, so dass während des Ladevorgangs sogar telefoniert werden kann.



Designertaschen

Zum Hingucker am Stand wird neben dem Ferrari vor allem die

HDMI-Kabel bis 25 m Länge

Unter dem Motto „Trust in Gold“ bringen die HDMI-Kabel mit vergoldeten Metallsteckern von G&BL fehlerfrei die richtige Auflösung auf den Bildschirm. G&BL hat die ursprünglich maximale Kabellänge von 15 m für HDMI-Kabel längst überschritten und bietet High-Speed HDMI-Kabel mit einer Länge von 20 und 25 Metern an. Möglich macht die Übertragung bei dieser Kabellänge ein Signalverstärker, der das



G&BL bietet seine High-Speed HDMI-Kabel jetzt auch in Längen von 20 und 25 Metern an. Ebenfalls neu sind Kabel zum HDMI 1.4-Standard. Sie ermöglichen eine Auflösung von 3.840 x 2.160 Pixeln bei 30 Hertz oder 4.096 x 2.160 Pixeln bei 24 Hertz. Damit sind die neuen Kabel besonders für Full-HD- und 3D-Übertragungen geeignet.

Der SolarCharger für das „iPhone 2G“, „3G“ oder „3Gs“ und den „iPod Touch 1G“ oder „2G“ bietet 800 mAh-Power und eine Solarzelle. Der Charger-Akku wird bei Sonneneinstrahlung geladen, hierzu ist normales Tageslicht ausreichend. Nach dem Anstecken wird die Energie automatisch an das iPhone oder den „iPod“ weitergegeben.



In Halle 3.2 zeigt G&BL auf seinem 400 m² großen, doppelstöckigen Stand einen Großteil der aktuellen Produktpalette sowie zahlreiche Neuheiten. Bei italienischem Flair können sich Händler und Besucher unter anderem von den Vorzügen der Designertaschen der neuen Coverized-Serie überzeugen.



G&BL wurde 1979 gegründet und hat sich innerhalb kurzer Zeit zu einem der führenden Anbieter für HiFi- und Video-Zubehör entwickelt. Am Firmensitz in Piove di Sacco, Padua, in Italien werden die Produkte in der eigenen konsumentenorientierten Forschungs- und Entwicklungsabteilung konzipiert.



Im modernen Hochregallager hält das Unternehmen seine über 5.000 verschiedenen Artikel versandfertig vor. G&BL Logistik koordiniert von hier aus die Belieferung der Handelspartner. Das innovative Warenwirtschaftssystem sorgt für kurze Lieferzeiten bei einer möglichst hohen Warenverfügbarkeit.

„COVERIZED“-Präsentation; sie stellt die neue Taschen-Serie vor. Von der Hülle für das „iPhone“, Taschen für MP3-Player, Notebooks, Camcorder und Co. erstreckt sich das breite Portfolio der Bags in edlen und ausgefallenen Designs und Formen. „COVERIZED“ als Marke von G&BL wurde vom italienischen Designer Andrea Porcu konzipiert und realisiert.

Mit dem Anspruch, Mode mit Funktionalität zu kombinieren, setzt er auf die Modetrendfarben 2009/10 sowie bewährte Klassiker. Dabei wird die Innovation der

Marke „COVERIZED“ deutlich. Designer Andrea Porcu dazu: „Wir wollen High-Class-Fashion in den Markt der Unterhaltungselektronik bringen und dem Kunden die Chance bieten, seine elektronischen Geräte nicht länger im langweiligen schwarzen Einheitslook zu tragen. Im Gegenteil: Der modebewusste Verbraucher kann jetzt sein Notebook oder seinen MP3-Player passend zu seinem persönlichen Style präsentieren, in Farben, die er mag, um seine Mode zu leben – COVERIZED“.

www.gebl-italia.com



Seit 30 Jahren ist der Kundendienst das Aushängeschild von G&BL. Er liefert nicht nur Auskunft über technische Angelegenheiten und den Verkauf, sondern sammelt auch wichtige Hinweise hinsichtlich der Bedürfnisse der Kunden. Die Marketingabteilung macht aus Kundenwünschen und Innovationen vermarktungsreife Produkte.

Sharp: Full-LED-Backlight für strahlende Bilder

Schön bis ins kleinste Detail



Aktuelle Verbraucherumfragen zeigen, dass der Endkunde die Bildqualität deutlich vor dem Preis bewertet und gewillt ist, hierfür auch einen höheren Preis zu zahlen. Sharp wird diesem Anspruch gerecht und sorgt mit der neuen Generation von Full-LED-Backlight Displays für brillante und scharfe Bilder.

LEDs werden heute bei LCD-TVs zur Hintergrundbeleuchtung eingesetzt, was erhebliche Qualitätsverbesserungen gegenüber herkömmlichen Systemen mit CCFL-Leuchtröhren (Cold Cathode Fluorescent Lamp) bedeutet. Die LEDs lassen sich nämlich nicht nur schneller und präziser dimmen. Das Ergebnis sind schärfere Kontraste, brillantere Farben und mehr Bilderlebnis.

Anders als bei anderen LED-Backlight-Technologien sind die LEDs von Sharp vollflächig hinter dem Bildschirm verteilt. Die Ausleuchtung des Bildes ist daher sehr gleichmäßig und um bis zu 30 Prozent besser als bei vergleichbaren Systemen. Sharp stellt zwei neue LCD-TV-Serien mit LED-Hintergrundbeleuchtung vor. Sowohl die LC-LE700E- als auch die LC-LE600E-Serie sind mit Full-LED-Backlight ausgestattet. Die Geräte erreichen die volle HD-Auflösung von 1.920 mal 1.080 Pixeln, wobei die LE700E-Serie mit 100-Hz-Technologie für noch flüssigere Bildverläufe sorgt.

Sekunde. Aus zwei aufeinanderfolgenden Originalbildern wird ein interpoliertes Zwischenbild errechnet und in die Originalbildfolge eingesetzt. Dadurch werden die Bilder fließender, Farben kräftiger, und selbst schnelle Bildbewegungen und Actionszenen können scharf abgebildet werden. Darüber hinaus erzeugen die neuen Displays ein hohes Kontrastverhältnis von über 2.000.000:1 für tiefe Schwarzwerte.

Im Verkaufsgespräch liefert die Full-LED-Backlight-Technologie auch in bezug auf die Haltbarkeit der Displays entscheidende Argumente. Bei den neuen LCD-TVs sinkt der Helligkeitswert erst nach rund 100.000 Betriebsstunden auf 50 Prozent seines Ausgangswertes. Bei fünf Stunden täglichem Betrieb über fünf Jahre bedeutet dies gerade einmal einen Helligkeitsverlust von 12,5 Prozent.

Shop-Modus zur Display-Präsentation

Der Kunde glaubt in der Regel nur das, was er auch sehen kann. Um die Präsentation der Full-LED-Backlight Displays im Laden zu vereinfachen, hat Sharp die Geräte mit dem sogenannten Shop-Modus ausgestattet. Dazu wird

der im Laden ausgestellte Fernseher nach dem erstmaligen Einschalten in dem Auswahlmenü „Selecting the location of the TV“ durch Anwahl des Menüpunktes „STORE“ in den Shop-Modus gebracht. Im Shop-Modus erscheint dann am oberen Bildrand auf dem Bildschirm ein Pop-Up-Menü mit Symbolen, das die einzelnen Vorteile des Gerätes erklärt.

Verkaufshilfe ECO-Meter

Ein ECO-Meter zeigt den aktuellen Stromverbrauch des Fernsehers an. Über diese Anzeige kann der Kunde im Laden sofort sehen, wie sich beispielsweise das Einschalten des Eco-Modus über die Fernbedienung auf den Stromverbrauch auswirkt. Um Optical Picture Control (OPC) zu erklären, braucht der Verkäufer zunächst nur die OPC-Funktion im Menü zu aktivieren. Dann verdunkelt man einfach mit der Hand den Lichtsensor am Gerät. Der Fernseher wird „denken“, es sei Nacht, und die Helligkeit sowie die Verbrauchswerte passen sich automatisch an.

Durch die verbesserte Pixelstruktur des X-Gen-Panels sind jetzt unglaubliche Kontrastverhältnisse möglich – in Kombination mit der neuen Full-LED-Hintergrundbeleuchtung der Aquos Full-LED-Serien erreichen sie Werte von mindestens 2.000.000 : 1.



2+1-Garantie

Mit dem Marken-Mehrwert-Programm kann der Kunde die Herstellergarantie auf einen neuen Sharp Aquos um ein Jahr verlängern. Dafür muss er nur sein LCD-TV mit der Seriennummer bei Sharp registrieren.

Service-Hotline

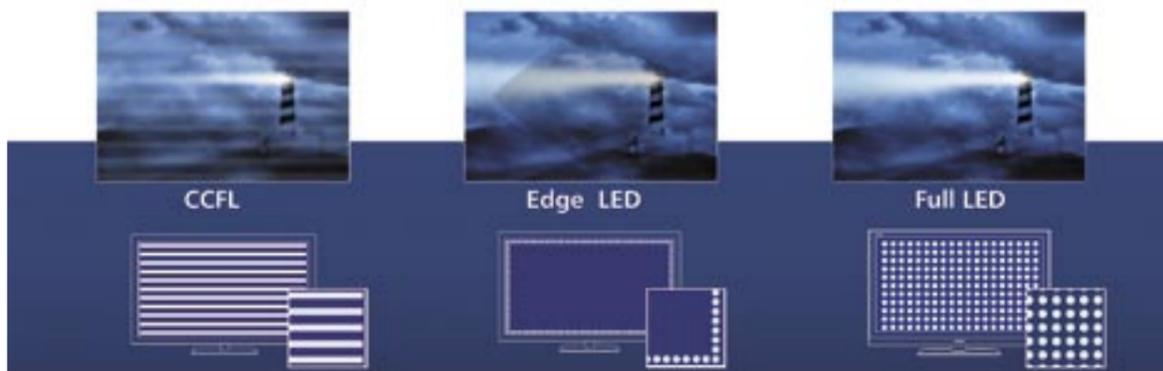
Muss das Gerät repariert werden, oder ist es nur falsch eingestellt? Bei diesen und anderen Fragen hilft die Sharp Service-Hotline in Deutschland unter der Rufnummer 01805-299529 (0,14 Euro/Min. aus dem Festnetz) weiter.

Express-Reparatur

Im Garantiefall fährt der autorisierte Händler zum Kunden nach Hause. Kleinere Reparaturen werden sofort durchgeführt. Bei notwendigen Werkstattreparaturen wird das Gerät durch Sharp abgeholt und nach erfolgter Reparatur wieder gebracht.

Update-Service

Software-Verbesserungen für den Aquos LCD-TV lassen sich von der Sharp Homepage herunterladen und per USB-Stick ganz einfach auf dem Fernseher installieren.



Leuchtröhren (CCFL)

- Herkömmliche Art der Hintergrundbeleuchtung bei LCD-TV.
- Problem: Es können nur ganze Röhren gedimmt werden.
- Gleichmäßigkeit der Ausleuchtung etwa 75 Prozent.

Edge-LED

- LEDs sind um den Rahmen des Fernsehers angeordnet.
- Die Lichtstärke nimmt zur Bildmitte hin ab.
- Gleichmäßigkeit der Ausleuchtung etwa 75 Prozent.

Full-LED

- LEDs sind vollflächig hinter dem Bildschirm angeordnet.
- Dadurch wird eine gleichmäßige Ausleuchtung des Bildes erreicht.
- Gleichmäßigkeit der Ausleuchtung etwa 90 Prozent.

Kämpferische Preisgestaltung

Mit den LCD-TV-Serien LC-LE700E und LC-LE600E zeigt sich Sharp nicht nur in puncto Qualität, sondern auch in der Preisgestaltung kämpferisch:

LC-LE600E-Serie 50 Hz

- 32 Zoll – 899,- Euro
- 40 Zoll – 1.299,- Euro
- 46 Zoll – 1.699,- Euro

LC-LE700E-Serie 100 Hz

- 32 Zoll – 1.099,- Euro
- 40 Zoll – 1.499,- Euro
- 46 Zoll – 1.899,- Euro
- 52 Zoll – steht noch nicht fest

www.sharp.de

KERNARGUMENTE

- Die Full-LED-Hintergrundbeleuchtung leuchtet das Bild vollflächig und gleichmäßig aus
- Full-HD-1.080p-Technologie
- Die 100-Hz-Technologie verhindert Bewegungsunschärfen
- Kontrast von mindestens 2.000.000 : 1
- 40 Prozent höheres Farbspektrum als bei Geräten mit Leuchtröhren.
- Kurze Reaktionszeiten (LE700-Serie: 4 ms; LE600-Serie: 6 ms)
- X-Gen-Panel mit verbesserter Pixelstruktur
- DVB-C- und DVB-T-Tuner
- HDMI-Instaport halbiert die Umschaltzeiten angeschlossener HD-Geräte.

Alles, was ein Bestseller braucht.

Überzeugen Sie mit einleuchtenden Argumenten! Unsere Tipps für Verkäufer machen Sie zum Lotsen in allen Fragen zum Thema AQUOS LED-TV.

Hier klebte eine Broschüre mit den wichtigsten Tipps für LED-TV Verkäufer.
Ist Ihr Exemplar schon weg? Dann sprechen Sie mit dem Sharp Außendienst.
Er nennt Ihnen gerne noch einmal persönlich die besten Argumente für ein überzeugendes Verkaufsgespräch.

UE



Heimkino-Receiver Denon AVR-1910

Der A/V-Receiver Denon AVR-1910 wurde von der hochangesehenen EISA-Jury zum besten Heimkino-Receiver 2009-2010 gekrönt. Decoder für die neuesten HD-Audioformate, Audyssey MultEQ zur automatischen Raumkorrektur und vier HDMI-Eingänge sind ebenso an Bord wie eine leistungsfähige Videosektion, die alle Videoquellen auf 1.080p hochskaliert. Der Receiver beinhaltet laut Jury als eines der ersten Geräte auf dem Markt außerdem den neuen Dolby ProLogic IIz Algorithmus, der zusätzliche „front-height“-Effekt-Kanäle verwendet, um das Hörerlebnis weiter zu steigern. Die 7.1-Verstärker-Sektion produziert genug Leistung auch für größere Kinoräume und liefert knackigen, kontrollierten und dynamischen Sound, der für Musik ebenso geeignet ist wie für Filmtönenwiedergabe. www.denon.eu



style-Produkt durch sein modulares Konzept dem Trend der Anwender, sich ihre Home-Entertainment-Anlage individuell zusammenzustellen, entgegenkommt. Der neue Ultra Thin LCD-Bildschirm kann seinen Platz wie ein Bild an der Wand, frei aufgestellt mitten im Raum oder integriert in ein Informationspanel finden. Dabei kann er gleichermaßen als eleganter Blickfang wie auch als diskretes Display dienen. Die LED-Backlight-Technologie sorgt für brillanten Kontrast und natürliche Farben. www.jvc.de

AV-Receiver-Flaggschiffe von Harman Kardon

Pünktlich zur IFA 2009 präsentiert Harman Kardon mit dem AVR 760 und dem AVR 660 seine beiden Spitzengeräte aus der neuen AV-Receiver-Generation. Mit Dolby TrueHD, DTS-HD Master Audio sowie Dolby Volume beherrschen sie die derzeit fortschrittlichsten Tonformate und können über eine Netzwerkschnittstelle Internetradio und Musik von Netzwerkfestplatten wiedergeben. Für die Bildanpassung der Quellen sowie das Upscaling auf bis zu 1.080p/24 sorgt



der neueste Faroudja DCDi Cinema Video-Prozessor. Zu der hohen und sehr stabilen Leistung von bis zu 7 x 85 W (RMS) kommt eine Fülle an nützlichen Features hinzu, wie zum Beispiel die automatische Kalibrierung der Lautsprecher für den spezifischen Hörraum über EzSet/EQ, die iPod-Kompatibilität oder die Fähigkeit, Audio- beziehungsweise Videosignale an andere Räume weiterzuleiten. Beide Receiver sind ab September zum Preis von 2.499 beziehungsweise 1.999 Euro erhältlich. www.harmankardon.com

Blu-ray Disc Player von Pioneer

Pioneer Electronics Deutschland präsentiert drei neue Blu-ray Disc-Player mit BD-Live. Die höherwertigen Modelle BDP-320 und BDP-LX52 unterstützen das Kuro Link Video Adjustment System, mit dem die Voreinstellungen des Players automatisch an das angeschlossene Pioneer-Display angepasst werden. Bei anderen Displays kann der Anwender einfach den Displaytyp aus einer Liste auswählen, um die von den Display- und Videoexperten festgelegten Voreinstellungen zu verwenden. Die Player sind mit einem USB-Anschluss



für Flashlaufwerke ausgestattet, und die beiden höher positionierten Modelle ermöglichen auch den Anschluss von Festplatten für zusätzlichen BD-Live-Speicherplatz. Der BDP-120 wird mit einem 2-Gigabyte-Flashlaufwerk ausgeliefert, das mit dem USB-Anschluss verbunden werden kann, der BDP-320 und der BDP-LX52 verfügen über internen Speicher. Die Modelle BDP-320 und BDP-LX52 können direkt über das Internet mit den neuesten Firmware-Updates aktualisiert werden. www.pioneer.de

Neue Reisekopfhörer von Sennheiser

Sennheisers neue Reisekopfhörer PXC 310, PXC 310 BT und das Headset MM 450 Travel liefern dank NoiseGard-2.0-Technologie auch in lauter Umgebung besten Sound. Der PXC 310 BT kombiniert zudem erstmals alle Vorteile eines Reisekopfhörers mit dem Bluetooth-Codec apt-X. Mit dem MM



450 Travel ist man auf Reisen jederzeit telefonisch erreichbar. Ein Knopfdruck am Hörer genügt, um einen

eingehenden Anruf entgegenzunehmen. Der drahtlose Kopfhörer PX 210 BT wurde speziell für den Musikgenuss mit mobilen Abspielgeräten konzipiert und überzeugt dank leistungsstarker Neodym-Magnete mit einem detailgetreuen Klangbild und einem Frequenzgang von 15 bis 22.000 Hertz. www.sennheiser.com

TechniSat HDTV-Empfangsgeräte HD+ tauglich

Das neue HDTV-Angebot HD+ wird im Spätherbst starten. HD+ soll sicherstellen, dass zeitnah zum Start der neuen Programme eine größere Stückzahl an sogenannten Legacy-Empfangsmodulen verfügbar ist. Damit ist gewährleistet, dass die HD+ Programme RTL, Sat.1, ProSieben, VOX und kabel eins über normale CI-Steckplätze empfangbar sind. Die softwaretechnischen Voraussetzungen dazu werden von allen TechniSat HDTV-gereigneten DigitalSat-Receivern und LCD-Digitalfernsehern erfüllt. Kunden, die bereits einen HDTV-Receiver oder einen HDTV-LCD-Digitalfernseher von TechniSat besitzen oder erwerben möchten, können mittels dieser Module HD+ empfangen. Dies gilt im einzelnen für die HDTV-Receiver DigiCorder HD S2, DigiCorder HD S2 Plus, DIGIT HD8-S und alle TechniSat-LCD-Digitalfernseher der HDTV-Serie. www.technisat.de

Produkte für HDMI 1.4 von transmedia

Seit Ende Juni dieses Jahres sind die Spezifikationen des Standards HDMI 1.4 offiziell. transmedia bietet als einer der ersten Hersteller die passenden Kabel und Stecker. Besonders interessant ist die im Vergleich zu HDMI 1.3 weitaus höhere maximale Auflösung: 4k x 2k, konkret 4.096 x 2.160 Pixel. Dies war

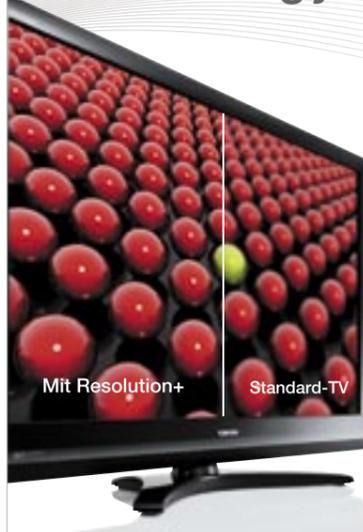


bisher nur in wenigen Digitalkinos möglich. Bidirektionale High-Speed-Kommunikation über eine einzige Verbindung mit einer Transferrate von bis zu 100 Mbit/s ist nun endlich möglich – durch die Integrierung des sogenannten HDMI Ethernet Channel (HEC). An ein Fernsehgerät angeschlossene Geräte können direkt mit dem Internet kommunizieren. Wie auch die bisherigen Versionen ist HDMI 1.4 uneingeschränkt abwärtskompatibel. Die neuen Produkte von transmedia erfüllen die neuen Vorgaben komplett. www.transmedia-germany.com

Digitale Medienschnittstelle für den iPod

Onkyo bringt mit der digitalen Medienschnittstelle ND-S1 eine neue Generation von iPod-Dockingstationen. Anstatt die Audioverarbeitung des mobilen Players zu benutzen, sorgt in der ND-S1 ein Taktgenerator für die präzise Verarbeitung des Digitalklangs. www.onkyo.de

Resolution+ HD-Feeling jetzt erleben



Die Technologie „Resolution+“ verbessert in einem dreistufigen Prozess die Bildqualität von Standardsignalen. Damit erreicht „Resolution+“ ein mit HD vergleichbares Bild.

www.toshiba.de/consumer

REGZA™

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

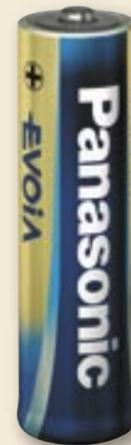
EVOiA von Panasonic Batteries ist zweimaliger Testsieger

Nachdem die Universalbatterie aus dem Hause Panasonic bereits durch Guinness World Records und den Plus X Award ausgezeichnet worden ist, hat sie jetzt zweifach Bestnoten im Vergleichstest der Fachzeitschrift Computerbild erhalten. In den Größen Mignon (AA) und Micro (AAA) ging EVOiA jeweils als Testsieger hervor.

Computerbild testete das Entladeverhalten von Batterien in unterschiedlichen Anwendungen und überprüfte dabei, welche Produkte am längsten durchhalten. Zunächst wurden 24 Mignonbatterien (AA) getestet und in ihrer Leistungsfähigkeit miteinander verglichen. Darunter waren sowohl Markenprodukte als auch Handelsbatterien zu finden. Es wurde Einsatz in Radio, Leuchte und Blitzgerät gemessen. Beispielsweise wurde in ob die Batterien einem Kurzschluss standhalten können einem Meter Höhe ohne Schäden überstehen. Mit der Testergebnis erzielt und das Prädikat „preiswert“ Auch die Microbatterie von lassen: Unter denselben Mignonbatterien hat die Produkten die Note 1,44 Blitzgerät 412 Blitze erzielt Blitze bzw. 19 Prozent mehr 332 Blitzen. Trade Marke über den erneuten Erfolg unsere internen Tests mit im Vergleich mit zahlrei-



Lars Schimming: „Wir freuen uns, dass unsere internen Tests mit EVOiA auch gegenüber dem Wettbewerb bestätigt wurden.“



den Dauer der Entladung beim und die Batterien verschiedene einem Speziallabor überprüft, nen oder ob sie einen Sturz aus Note 1,24 hat EVOiA das beste erhalten. EVOiA (AAA) kann sich sehen-Testbedingungen wie bei den Microzelle im Vergleich zu 17 Wettbewerbs-bekommen. So konnten mit EVOiA in einem werden, das waren im Vergleich schon 80 als die zweitplatzierte Batterie des Tests mit ting Manager Lars Schimming freut sich der Rekordbatterie: „Es ist schön, dass EVOiA noch einmal von unabhängiger Stellen Wettbewerbsprodukten bestätigt wurden.

Computerbild ist Europas größte PC- und Handyzeitschrift, die sehr viel in ihre Tests investiert und auf deren Urteil Verbraucher vertrauen. Daher freut uns diese Auszeichnung ganz besonders.“ Die gesamte Untersuchung dauerte 98 Tage. Rund 1.600 Batterien wurden im Rahmen des Tests entladen, kurzgeschlossen, fallen gelassen, geschüttelt und einem feuchten Klima ausgesetzt. www.panasonic-batteries.com

„Iron Man“ im September auf Sky Cinema
und Sky Cinema HD

Für unsere Kunden gehen
wir neue Wege, die auch für
Sie große Potenziale bieten.

Sky HD: Das Top-Argument beim Verkauf hochwertiger HDTV-Geräte.

Bieten Sie Ihren Kunden mit 7 exklusiven HD Sendern das umfassendste HD Angebot in Deutschland. Nur mit Sky können sie die neueste HD Technik voll ausreizen und hochauflösendes Fernsehen so realistisch wie nie zuvor erleben.

Sichern Sie sich jetzt hohe Kundenzufriedenheit und zusätzliche Einnahmen - mit Sky HD.

Unsere HD Sender, ein echter Mehrwert für Ihre Kunden:

sky cinema HD

sky sport HD



Discovery HD

NATIONAL
GEOGRAPHIC
CHANNEL HD



Weitere Informationen unter: haendler.sky.de

sky

UE



Philips 7.1 AV-Receiver System

Der Philips Cinema 21:9 ist der erste TV, der ein echtes Kinoerlebnis zu Hause ermöglicht. Um Filme tatsächlich so zu sehen, wie sie vom Regisseur beabsichtigt waren, muss der Sound dem Bild ebenbürtig sein. Das Philips HTR9900 AV-Receiver-System ist die Lösung. Dieses neue Heimkino-System, bestehend aus dem Philips HD AV-Receiver AVR9900 und einem hochwertigen 7.1-Lautsprecherset, wurde speziell entwickelt, um den Cinema 21:9, den ersten Fernseher im Kinoformat, zu ergänzen. Das Paket umfasst vier Stand-, zwei Satellitenlautsprecher, einen Center und



einen aktiven Subwoofer. Optional erhältlich ist der Blu-ray Player BDP9100, der in Design und Technik das Set vollendet. Der AVR9900 bietet dank diskreter Klasse-A/B-Verstärker und einer linearen Stromversorgung einen präzisen Sound. In Kombination liefern sie kraftvolle Leistung mit niedriger Verzerrung (7 x 60 Watt bei 0,08 Prozent THD [Total Harmonic Distortion], 20 Hertz – 20 Kilohertz bei 4 Ohm) und bieten den hohen Dynamikumfang und die Bandbreite, die bei High Definition-Audioformaten benötigt werden; dies gilt auch für Dolby True HD und DTS-HD 7.1 Surround Sound. www.philips.de

Blu-ray Kompaktanlage BDV-Z7 von Sony

Die Blu-ray Kompaktanlage BDV-Z7 sorgt mit S-Force Surround Technologie für 5.1 Surround Sound – und das bei einem 2.1 Lautsprechersystem. Gerade in kleinen Heimkinos oder Wohnzimmern können die Nutzer problemlos auf die Rücklautsprecher verzichten, ohne beim Sound-Erlebnis Einbußen



hinnehmen zu müssen. Mit ihren 350 Watt Leistung, BD-Live Funktionalität, der Möglichkeit, Blu-ray Discs mit 24 Bildern pro Sekunde (24p) und mit x.v. Colour Technologie wiederzugeben, wird die Anlage zu einem echten Allrounder. Bei der DVD-Wiedergabe sorgt das Upscaling für ein perfektes hochauflösendes Bild (1.080p). Die Digital Media Port Schnittstelle sorgt für die nötige Flexibilität, um Musik oder Filme auch von anderen Medien oder Geräten ohne Verluste abspielen zu können. www.sony.de

Grundig Vision ECO Full-HD LCD-TV

Zur IFA 2009 stellt Grundig den neuen Vision ECO Full-HD vor. Der LCD-TV benötigt trotz maximaler Auflösung (1.920 x 1.080 Pixel) im Betrieb nur rund halb so viel Strom wie ein vergleichbares Gerät ohne energiesparendes Panel. Und im Standby-Betrieb beträgt die



Leistungsaufnahme weniger als 0,1 Watt. Das Full-HD-Panel des in 32“, 37“ und 42“ verfügbaren LCD-TV liefert eine Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln mit einem dynamischen Kontrastverhältnis von 20.000:1. Für den TV-Empfang ist der Vision ECO mit einem MPEG4-fähigen DVB-T-Receiver samt CI-Slot ausgestattet. Das Gerät ist mit 3 HDMI-Anschlüssen, je einen YUV-, S-Video- und Kopfhörer-Anschluss sowie einen PC-Eingang ausgestattet. Media-Dateien wie etwa Bilder und eigene Videos können zudem über den USB-2.0-Anschluss direkt am LCD-TV wiedergegeben werden. www.grundig.de

HD-Displays mit DVB-T/-C/-S2-Tuner von Samsung

Die LCD- und Plasma TV-Geräte 679 (Serie 6) und 579 (Serie 5) holen die Vorteile digitalen Empfangs in die Wohnzimmer. Mit der Komplettlösung von Samsung können Verbraucher die digitale Vielfalt genießen, ohne über die Nachrüstung des für sie richtigen DVB-Empfängers und den Kauf einer Set Box nachdenken zu müssen. Die Displays sind dank 1.920 x 1.080p Full-HD-Auflösung auf die Wiedergabe von Programmen in HD-Qualität vorbereitet. Über vier HDMI-Anschlüsse sowie eine USB 2.0-Schnittstelle liefern auch Blu-ray Player, Camcorder oder Digitalkameras scharfe Bilder. Zusätzlich sorgen die in der LCD- und Plasma TV-Serie 6 integrierten Medi@2.0 Multimedia-Funktionen für beste Unterhaltung: Mit Internet@TV ist per Knopfdruck der Zugriff auf Internetdienste wie Yahoo!, Flickr und YouTube möglich. Die USB Movie 2.0-Funktion erlaubt die Wiedergabe von Multimedia-Dateien anderer Geräte, und per Wireless DLNA werden Filme, Bilder und Musik kabellos auf dem Fernseher gezeigt. Die verfügbaren Bildschirmgrößen



reichen von 32 Zoll (81 Zentimeter) bis 55 Zoll (140 Zentimeter) bei den LCD-Fernsehern, die ersten Plasma-Modelle sind mit 50 Zoll (127 Zentimeter) zu haben. www.samsung.de

Touchscreen-Controller für Sonos-Musiksystem

Sonos bringt einen neuen Controller für das Sonos Multiroom-Musiksystem auf den Markt. Der Controller 200 (CR200) verfügt über ein hochauflösendes Farb-Display und Touchscreen-Technologie der neuesten Generation. Der CR200 ist mit einem 3.5“ VGA-Farbdisplay (Auflösung 640 x 480 Pixel) ausgestattet, das durch den kapazitiven und reaktionsschnellen Touchscreen eine präzise Steuerung erlaubt. Die Benutzeroberfläche erschließt sich intuitiv und bietet eine detailreiche Grafik, die dem Nutzer veranschaulicht, welche Musik gerade in welchem Raum gespielt



wird. Daneben können Zusatzinformationen wie Album-Art und Künstlerinformationen angezeigt werden. Bei der Materialauswahl setzt der CR200 auf hochwertiges Aluminium, kombiniert mit einer gummierten Rückseite, die den Controller widerstandsfähig macht und ihn gleichzeitig angenehm in der Hand liegen lässt. Eine Ladestation ist im Lieferumfang enthalten. Der Sonos CR200 löst den Sonos Controller 100 ab, der damit eingestellt wird. www.sonos.com

HDMI-Kabel mit Drehgelenk von wentronic

Das HDMI-Kabel MMK 628 G ist mit Steckern ausgestattet, die sich sowohl horizontal als auch vertikal um 180 Grad drehen lassen. Damit kann das Kabel noch unter schwierigsten Platzverhältnissen an den flachsten LCD- oder Plasma-Fernseher angeschlossen



werden. Der horizontal und vertikal frei drehbare Stecker wurde bereits auf 20.000 Bewegungen ohne Defekt getestet. Er ist damit die ideale Ergänzung für besonders flache Geräte wie die neue Generation der LED-LCD-Fernseher. Das HDMI-Kabel MMK

628 G wird in den Längen 0,75 m, 1,5 m, 3 m und 5 m erhältlich sein und entspricht dem HDMI-Standard 1.3c. Es unterstützt außerdem die Standards HDCP, Deep Color, x.v. Color und Full-HD 1.080p. www.wentronic.com

Full-HD Digital Media Adapter von ZyXEL

Mit dem DMA-2500 liefert ZyXEL allen Anwendern, die zu Hause ein großes Portfolio an Filmen, Musik und Fotos auf dem PC abgelegt haben, die Lösung, um ihre digitalen Entertainment-Dateien zum Fernseher zu übertragen. Im Wohnzimmer kommt der DMA-2500 als geräuschloses, da lüfterloses, digitales Bindeglied zwischen PC und TV dank DLNA 1.5 Zertifizierung zum Streaming-Einsatz, wobei der vorhandene PC, das Notebook oder auch ein NAS (Network Attached Storage) Device als Quelle dienen können. ZyXEL's jüngster DMA beherrscht neben allen gängigen Dateiformaten für Videos (WMV9, AVI, MPEG 1/2/4, Xvid, usw.), Fotos (JPEG, BMP, PNG, TIFF, GIF) oder Musik (MP3, WMA, LPCM, WAV und AAC) jetzt zusätzlich die Formate H.264, MOV und MKV (Matroschka). Darüber hinaus kann der Adapter HD-Filme ohne Qualitäts-



einbußen über die HDMI-Schnittstelle wiedergeben. www.zyxel.de

Monitor-TV-Kombi M62 von LG

Mit dem neuen M62 bringt LG eine Kombination aus Monitor und TV-Gerät auf den Markt, die Blu-ray-Filme, HDTV-Sendungen, Computerspiele oder digitale Fotos wiedergibt. Arbeitet der LG M62 im TV-Modus, so nutzt er einen DVB-T/C-Digitaltuner, mit dem MPEG4-Inhalte in wesentlich höherer Qualität wiedergegeben werden, als



dies bislang mit MPEG2-Decodern möglich war. Mit einer Reaktionszeit von nur fünf Millisekunden gewährleisten die Modelle mit Full-HD-Auflösung scharfe Bilder bei Blu-ray-Filmen und Konsolenspielen. Dank Bildformatsteuerung werden sowohl 16:9-Widescreen- als auch 4:3-Standardbilder mit der gleichen Präzision angezeigt. Für die Flexibilität des Geräts sorgen 2x HDMI-, DVI-D- und D-Sub-Ports. Und dank der eingebauten Lautsprecher und den diversen Audioeingängen kann der LG M62 bei Bedarf auch direkt als Hifi-Audioanlage genutzt werden. www.lge.de

Leemaxx – der tragbare LCD-TV von Grundig

Mit dem tragbaren Leemaxx zeigt das Nürnberger Unternehmen, wie ein LCD-TV heute ausschauen kann: ohne separaten Standfuß, kompakt und mit einer sanft geschwungenen seitlichen Silhouette. Ein Gerät, das problemlos von einem Raum zum anderen getragen werden kann. Und damit man auch überall fernsehen kann, sind DVB-T-Receiver und CI-Slot integriert. Dank DVB-T genügt eigentlich überall eine kleine Antenne für den Fernsehempfang. Der 19-Zöller ist mit einem Gewicht von gerade mal drei Kilogramm einfach zu transportieren. Möglich wird dies durch das extrem leichte Kunststoffgehäuse, in dem Standfuß und Tragegriff formschön integriert sind. Der Leemaxx LCD-TV verfügt über einen Game Mode und lässt sich dadurch problemlos als PC-Monitor einsetzen, der nicht nur Spiele, sondern auch Office- und Internetanwendungen wiedergibt. Der integrierte PC-Anschluss sorgt dafür, dass Bild und Ton vom Computer zum Monitor übertragen werden. Das funktioniert so gut, dass der Grundig Leemaxx von Microsoft für den Einsatz mit Windows Vista freigegeben wurde. Die Wiedergabe von Musik, Bildern und Videos schließlich ist – beispielsweise vom USB-Stick aus – über den integrierten USB-2.0-Anschluss möglich.

Das 19-Zoll-Panel bietet eine Auflösung von 1.366 x 768 Pixeln, externe Geräte können über HDMI-, YUV-, S-Video- und Camera-AV-Schnittstellen angeschlossen werden. Und wer sich seine digitalen Bilder ohne Umweg über den PC direkt auf dem Leemaxx anschauen möchte, kann die Digitalkamera über den USB-2.0-Anschluss direkt mit dem LCD-TV verbinden. Der Grundig Leemaxx 19“ LCD-TV ist in Weiß und in Schwarz ab September für 399,- Euro erhältlich. www.grundig.de



Wentronic: Neues Zubehör aus Braunschweig

Starke Arme, heißer Sound

Mit den steigenden Verkaufszahlen von Flat-TVs kommt bei vielen Endkunden der Wunsch auf, die Geräte aufzuhängen. Wentronic hat auf diesen Trend reagiert und bringt jetzt eine eigene Produktrange an Wandhalterungen für jede Displaygröße auf den Markt.

Flachbildschirme sehen schön aus, vor allem, wenn sie platzsparend an der Wand befestigt sind. Dazu benötigen die zum Teil recht schweren Flat-TVs jedoch eine belastbare Halterung, die je nach Raumgestaltung auch noch eine flexible Ausrichtung des Gerätes ermöglichen sollte. Solche Wandhalterungen finden sich ab sofort im Wentronic-Portfolio.

Elf verschiedene Wandhalterungen

Die elf neuen Aufhängungen bieten Befestigungsmöglichkeiten

nach VESA Standard für alle gängigen LCD- und Plasma-Bildschirme bis 180 cm. Das Sortiment umfasst Produkte für jede denkbare Nutzungsart: Unter den elf Halterungen finden sich drei starre Modelle, vier neigbare, drei neig- und schwenkbare sowie ein mehrfach neig- und schwenkbares Modell.

Alle gängigen Bildschirmdiagonalen zwischen 25 und 180 cm (10 bis 71 Zoll) werden abgedeckt. Bei den neig- und schwenkbaren Modellen besteht außerdem die Auswahl zwischen verschiedenen

Neigungswinkeln und Schwenkgraden. Die Halterungen sind aus qualitativ hochwertigem Stahl gefertigt. Eine perfekte Pulverbeschichtung verleiht dem Material ein hochwertiges Aussehen. Um die Montage zu vereinfachen, lässt sich der eigentliche Halter von seinem Sockel abnehmen.

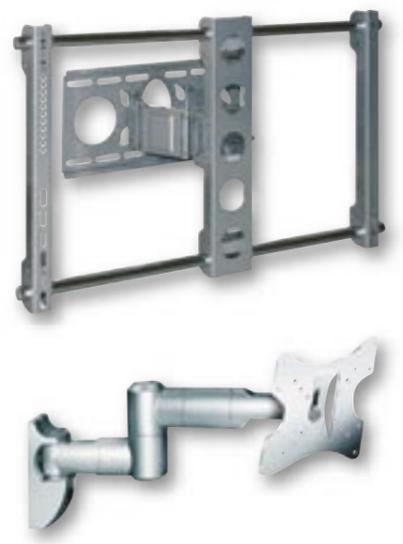
Die Preise der Wandhalterungen liegen zwischen 19,95 Euro für das kleinste Modell und 139,95 Euro für das mehrfach neig- und schwenkbare Top-Modell.

Sound für unterwegs

Passend für die Sommersaison ist das Promotionpaket für die beiden mobilen Mini-Lautsprecher Soundball und Soundbar. Sie produzieren für ihre geringe Größe eine beachtliche Klangqualität, passen in jede Tasche und sind



Das Sound to go Promotionpaket beinhaltet je 10 Soundballs (je 5 weiße und 5 schwarze im attraktiven Dispenser) sowie 5 Soundbars. Darüber hinaus gehören ein Theken- bzw. Schaufensterdisplay, eine Trailer-CD für den Verkaufsraum oder die Internetseite nebst einem auffälligen Sound to go-Poster zu dem Paket dazu.



Das neue Wandhalter-Programm besteht aus elf Halterungen. Hier hat der Kunde die Wahl zwischen drei starren Modellen, vier neigbaren, drei neig- und schwenkbaren sowie einem mehrfach neig- und schwenkbaren Modell. Alle gängigen Bildschirmdiagonalen zwischen 25 und 180 cm (10 bis 71 Zoll) werden abgedeckt.

ideale Begleiter für den MP3-Player, die Spielekonsole, Laptop oder das Handy.

Der Soundball ist ein kleiner runder Lautsprecher in Schwarz oder Weiß; der schwarze Soundbar hat die Form eines Riegels und ist damit besonders handlich. Zum Sound to go Promopack gehört

unter anderem ein Theken- bzw. Schaufensterdisplay, bestehend aus einer Rückwand und zwei Modulen inklusive 50 farbigen Prospekten, so dass das Display als Flyerhalter oder zur Produktpräsentation auf der Theke und im Schaufenster genutzt werden kann. www.wentronic.de

Markt: Blu-ray vor dem Durchbruch – Teil 2

Auf dem Weg zum Standard

Die Blu-ray als Inhaltsträger gewinnt mehr und mehr an Bedeutung. Die Eroberung des Wohnzimmers durch die Full-HD-Displays ebnet den Weg für die blaue Scheibe. Lesen Sie dazu den 2. Teil unseres Blu-ray-White Papers von Ralf Wolf, Director Marketing & Technical Services bei Sony Optiarc.

Eine wichtige Startvoraussetzung für Blu-ray ist die zunehmende Verbreitung großformatiger HD-Displays. Denn erst in Verbindung mit einem hochauflösenden Großdisplay oder HD-Beamer kann Blu-ray sein Potential voll ausspielen. Flachbildschirme erobern das Wohnzimmer, allein 2008 wurden weltweit circa 100 Millionen LCD-TV-Panels produziert.

In Deutschland setzte der Handel laut GfK in den letzten beiden Jahren (2007 und 2008) über elf Millionen HD-ready beziehungsweise Full-HD Displays ab. Laut einer aktuellen Bitkom-Umfrage liebäugeln 18 Prozent der Deutschen mit dem Erwerb eines Flachbildschirms in diesem Jahr. Das Marktpotential für Blu-ray ist also gewaltig. Und Blu-ray ist erfolgreicher, als es die DVD bei ihrer Einführung zum gleichen



Ralf Wolf: „Blu-ray kommt in den Massenmarkt und ist erfolgreicher, als es die DVD bei ihrer Einführung zum gleichen Zeitpunkt war.“

Zeitpunkt war. Blu-ray ist auf dem Weg in den Massenmarkt: Die Anzahl der Nutzer ist höher, das Filmangebot breiter, und die Filme sind günstiger. Dennoch gibt es Skeptiker. Blu-ray scheint für die breite Masse der Verbraucher noch nicht attraktiv genug zu sein.

Die Argumente der Kritiker:

- große Flachbildschirme und HD-Beamer sind noch zu wenig verbreitet
 - Inhalte/Filme sind zu teuer, HD-Fernsehen noch in weiter Ferne
 - Player sind zu teuer
 - Digitale Downloads machen Blu-ray überflüssig
 - Zukunftstechnologien wie holographische Speichermedien stehen schon bald bereit
 - Es besteht kein Bedarf an einem neuen Format, DVDs bieten absolut ausreichende Qualität
- Obwohl all diese Argumente einen

wahren Kern haben, werden sie in kurzer Zeit überholt sein.

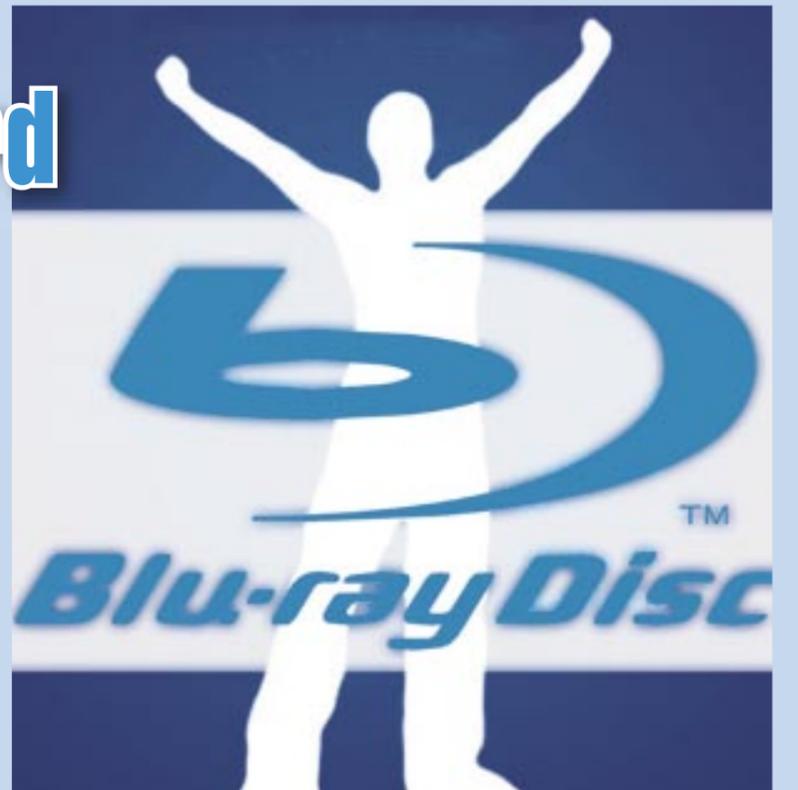
Warum wird sich Blu-ray durchsetzen?

1. Die Preise für HD-Flachbildschirme fallen weiter

Große Bildschirme mit einem Format von 46 Zoll und mehr werden immer preiswerter. Laut GfK sind die Durchschnittspreise für LCD-Bildschirme im Jahr 2008 um mehr als ein Achtel gesunken, bei Plasma-Panels belief sich der Preisverfall auf mehr als 20 Prozent. Je größer aber die Anzahl der Verbraucher ist, die einen HD-fähigen Großbildschirm oder Beamer besitzen, umso größer ist auch die Anzahl der Interessenten an Blu-ray. Denn wer will nicht gern das Beste aus seiner vorhandenen Technologie herausholen?

2. Die Preise für Blu-ray-Filme werden weiter fallen

Ob VHS, DVD oder Blu-ray – bei der Einführung eines neuen Formats ist die Auswahl an Inhalten zunächst naturgemäß klein. Mit wachsender Nachfrage steigt die Anzahl der Titel dann automatisch. Die Filmauswahl auf Blu-ray ist jetzt bereits erheblich größer, als sie es zu einem ver-



gleichbaren Zeitpunkt (drei Jahre nach der Einführung) auf DVD war. Der Preisunterschied zwischen DVD-Filmen und Blu-ray-Filmen wird immer geringer. Während eine Disc in Deutschland im Jahr 2008 zum Beispiel noch rund 29 Euro kostete, wird der Preis Ende 2009 schon auf durchschnittlich 21 Euro gefallen sein, prognostiziert die Bitkom. Es gibt bereits jetzt Filme, die auf Blu-ray fast zum selben Preis wie auf DVD erhältlich sind. Denn sobald Blu-ray-Filme in ausreichend großen Stückzahlen produziert werden können, lassen sich auch mit kleineren Margen Profite erzielen, und der Preis sinkt. Zudem

nehmen auch immer mehr Videotheken Blu-ray-Filme in ihr Programm auf, so dass immer mehr Filme zu einem akzeptablen Preis zur Verfügung stehen.

3. Die Preise für Blu-ray-Player und -Laufwerke fallen weiter

Der Preisunterschied zwischen DVD-Playern und Blu-ray-Playern sowie DVD-Laufwerken und Blu-ray-Laufwerken sinkt zunehmend. In ein bis zwei Jahren wird der Preisunterschied voraussichtlich so gering sein, dass viele Verbraucher die Mehrausgabe für Blu-ray nicht mehr scheuen werden, schließlich kann Blu-ray beide Formate abspielen.

www.eu.sony.com

Verschlüsselungsstandards: Nachfolger der CI Schnittstelle kontrovers diskutiert

CI Plus: Bald neuer Standard?

Über CI Plus wird derzeit heftig diskutiert. Verbraucherschützer sehen in CI Plus vorwiegend die Gefahr von Einschränkungen für den Verbraucher, während die Privatsender, Satellitenbetreiber und Kabelunternehmen die Vorteile der Technologie besonders für die HD-Ausstrahlung erkannt haben.

SES Astra wird ab dem 1. Oktober 2009 verschlüsselte HD-Programme der Privatsender RTL und Vox ausstrahlen – CI Plus spielt dabei eine große Rolle. Parallel dazu werden ARD und ZDF ebenfalls in HD senden – allerdings unverschlüsselt. Die drei deutschen Kabelnetzbetreiber Kabel Deutschland, Unitymedia und Kabel BW sehen CI Plus ebenfalls positiv, haben bisher aber noch keine Entscheidung getroffen. Auch bei Sky (früher Premiere) steht die Entscheidung an, CI Plus zu unterstützen – vorerst nur für die Satellitenübertragung.

Lösung für Inhalte- und Netzanbieter

Für die Gerätehersteller und den Handel kann sich CI Plus zum Segen entwickeln – steht doch erstmals eine technische Lösung parat, die den Anforderungen der Inhalteanbieter und Netzbetreiber genügt und letztendlich auch dem Endkunden größtmögliche Freiräume gestattet.

Die in die Jahre gekommene CI Schnittstelle wurde entwickelt, um den Geräteherstellern eine Schnittstelle zu liefern, die über verschiedene sogenannte CI-Module – zum Beispiel dem Alphacryptmodul – in Verbindung mit einer vom Programmanbieter gelieferten Smartcard die Entschlüsselung von geschützten Programmen übernimmt. Allerdings konnte sich diese erste Version des CI in Deutschland nicht durchsetzen, weil aus Sicht der Filmstudios, der Sender und der Plattformbetreiber (Satellit und Kabel) die Inhalte hinsichtlich Kopier- und Jugendschutz nicht ausreichend gesichert waren.

CI Plus wird international

International tätige Hardwarehersteller – u. a. Panasonic, Philips, Samsung und Sony – haben deswegen die CI Version 1 zu CI Plus weiterentwickelt. CI Plus sorgt für eine Rückverschlüsselung des Datenstroms, bis er über den

Bildschirm ausgegeben wird und genügt damit den Anforderungen der Privatsender, die ihre HD-Sendungen wegen unterschiedlicher Finanzierungs- und Geschäftsmodelle, im Gegensatz zu den GEZ-finanzierten öffentlich-rechtlichen Sendern, verschlüsselt ausstrahlen müssen. Aber auch in anderen Ländern wird CI Plus eingeführt. Der niederländische Kabelanbieter Ziggo und der große französische Pay-TV Anbieter Canal+ verwenden ebenfalls CI Plus.

Bisher wurden von Kabelnetzbetreibern und Privatsendern Settop-Boxen an die Kunden beziehungsweise Abonnenten verteilt, um diesen den Zugriff auf die angebotenen Inhalte zu ermöglichen. Der Nachteil von Settop-Boxen ist hinreichend bekannt: Eine weitere Fernbedienung liegt auf dem Wohnzimmerisch, der zusätzliche Kabelsalat ist unbeliebt, und sehr oft war die Bild- und Tonqualität dieser speziellen Settop-Boxen nicht unbedingt die beste.

Durch die Integration eines CI Plus Schachtes in moderne LCD- oder Plasma TV-Geräte werden diese uneingeschränkt digitaltauglich und zukunftssicher, besonders wenn diese über einen integrierten oder optional erhältlichen DVB-S/S2 Satellitentuner verfügen (z. B. HDMI-CEC Module von Philips, Sony, Toshiba für verschiedene TV-Serien). CI Plus verbindet somit eine sehr hohe



Bereits in Kürze beginnen die ersten Sender mit der Ausstrahlung von Sendungen in der neuen HD+ Verschlüsselung. RTL und Vox starten bereits im Oktober 2009 mit der Ausstrahlung, Pro Sieben, Sat 1 und Kabel eins folgen Anfang 2010.



Bild: Eutelsat

Verbraucherfreundlichkeit mit den Bedürfnissen der Programmanbieter.

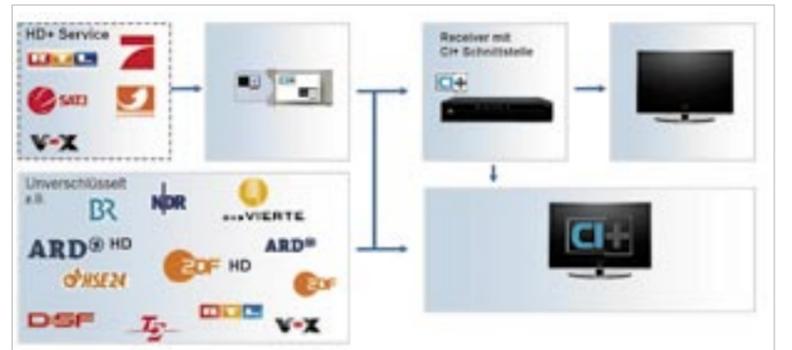
Start bereits im Oktober 2009

Der Satellitenbetreiber SES Astra setzt zukünftig bei der HD-Ausstrahlung voll auf CI Plus. Als Verschlüsselungssystem wird dabei HD+ verwendet, welches optimal in Verbindung mit einem HD+ CA-Modul und einer SES Astra Smartcard in einem CI Plus TV-Gerät oder einem HD+-fähigen Satelliten-Receiver entschlüsselt wird. SES Astra wird ab Oktober 2009 die HD-Ausstrahlung für diverse Privatsender in HD+ starten. Die RTL-Mediengruppe (RTL und Vox) beginnt ab dem 1. Oktober 2009 mit der HD+ Ausstrahlung. Ab dem 1. Januar 2010 folgt die ProSiebenSat.1 Media AG mit den Sendern Sat.1, ProSieben und Kabel eins.

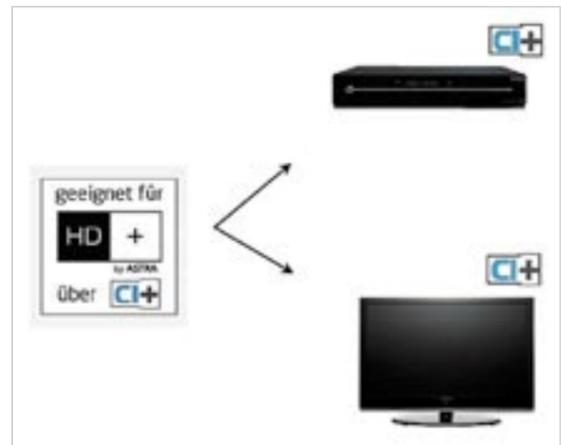
Smartcard-Verteilung beim Hardwarekauf

Vorgesehen ist die Verteilung der HD+ Smartcards beim Kauf von HD+-fähiger Hardware. Das kann sowohl ein Bundle mit einem HD+ Receiver, einem HD+-CA-Modul oder gar die Kombination aus einem TV-Gerät, HD+-CA-Modul und Smartcard sein. Dem Endkunden soll der HD+ Einstieg so einfach wie möglich gemacht werden. Daher wird es für die Nutzung der HD+ Smartcard auch keine Zwangsregistrierung für das erste Nutzungsjahr geben. Nach einem Jahr besteht dann die Möglichkeit, HD+ weiterhin gegen eine im Vergleich zu sonstigen

Den Empfängern von Satellitenfernsehen stehen neue Zeiten bevor. Als erster Anbieter wird SES Astra die Ausstrahlung von HD+-Sendungen vornehmen. Für den Anwender bedeutet dies Zusatzkosten, die geringfügig ausfallen sollen und den Verbraucher an dem Mehraufwand für HD+ beteiligen.



Empfangswege für verschlüsselte und unverschlüsselte Sender sowie CI Plus Empfangsgeräte. Wie bei der CI-Schnittstelle auch, lassen sich die HD+-codierten Sender ohne die entsprechende Smartcard nicht mehr empfangen. Die Karten sollen mit dem Erwerb entsprechender Hardware verteilt werden.



Mit der Einführung von CI Plus steht der Fachhandel erneut vor der Herausforderung, seinen Kunden das neue Verschlüsselungsverfahren zu verkaufen. Als Orientierungshilfe hat SES-Astra ein neues Logo „Geeignet für HD+ über CI+“ zur Kennzeichnung HD+-fähiger Geräte entwickelt. So bekommt der Kunde im Laden eine Entscheidungshilfe, wenn es um die Anschaffung zukunfts-sicherer Geräte geht.

Pay-TV-Angeboten sehr geringe Nutzungsgebühr (nach Information des Verfassers) zu empfangen. SES Astra sieht sich nicht als Pay-TV-Anbieter, vielmehr beteiligt man den Konsumenten lediglich geringfügig an dem für HD-Ausstrahlungen erforderlichen Mehraufwand. Daher werden die Kosten für den Verbraucher nicht steigen, wenn zukünftig noch mehr verschlüsselte HD-Programme über Astra verfügbar sein werden. Im Gegensatz dazu beginnen bereits zur IFA 2009 die öffentlich-rechtlichen Sender ARD und ZDF mit der HD-

Ausstrahlung – ebenfalls über SES Astra auf 19,2° Ost. Aufgrund des anderen Finanzierungsmodells über GEZ-Einnahmen können diese Programme unverschlüsselt in HD in der Auflösung 720p gesendet werden. Der hohe Anteil der TV-Signalübertragung per Satellit mit 43% in Deutschland (Quelle: SES Astra) garantiert CI Plus eine hohe Unterstützung – jetzt müssen nur noch die Kabelbetreiber und Sky geschlossen nachziehen, damit CI Plus auch auf allen Übertragungswegen zum Standard wird.

Frank Eschholz, Toshiba

Sony mit 200 Hz und HD Triple-Tuner

Scharf und schnell

Mit den BRAVIA LCD-Fernsehern der Z58-Serie führt Sony die Erfolgsgeschichte der Motionflow 200 Hertz Technologie fort und integriert erstmals einen CI+ zertifizierten High Definition Tuner für Antenne, Kabel und Satellit in ein Gerät. Für den passenden Sound sorgen zudem die neuen Blu-ray Heimkino-Anlagen.

Mit dem Einzug des High Definition-Fernsehens steigen auch die Ansprüche an die TV-Geräte. Neben den höheren Anforderungen an die Bildqualität wird den Nutzern auch die Bedienfreundlichkeit immer wichtiger. Die neuen BRAVIA Fernseher der Z58-Serie verfügen erstmals über einen CI+ fähigen HD Triple-Tuner für DVB-C, DVB-T und DVB-S. Egal ob das Fernsehsignal über Antenne, aus dem Kabel oder via Satellit den Fernseher erreicht – alles ist über die Fernbedienung steuerbar. Zusätzliche Settop-Boxen, die unnötig Strom und Platz im Wohnzimmer verbrauchen, sind damit ein für alle Mal passé. Und damit die Signale optimal von der BRAVIA Z58-Serie verarbeitet werden können, hat Sony die zweite Generation der Motionflow 200 Hertz Technologie in die TV-Geräte integriert. Schließlich stoßen herkömmliche LCD-Fernseher gerade bei rasanter Action und schnellen Szenen oft an ihre Grenzen.

Die BDV-800W liefert mit ihrem S-Master Digitalverstärker 1.000 Watt Leistung. Der Blu-ray Player ist BD live-fähig, bietet 24p und x.v. Colour Wiedergabe und skaliert DVDs auf High Definition mit 1.080p hoch. Die rückwärtigen Standlautsprecher werden über das im Lieferumfang enthaltene WAHT-SA1 Zusatzmodul drahtlos angesteuert.



Echte 200 Hz

Die zweite Generation der Motionflow 200 Hertz Technologie errechnet pro Sekunde aus einem einzigen Bild drei völlig neue.

Gemeinsam mit dem neuen Bildverarbeitungsprozessor BRAVIA Engine 3 und der Live Colour Creation Technologie sorgt sie so für eine brillante und vor allem scharfe Wiedergabe auf dem 10-Bit-Bildschirm. Der BRAVIA Prozessor analysiert und verbessert Standard

Definition und hochauflösende Bildsignale gleichermaßen. Das Einzigartige an der Motionflow 200 Hertz Technologie ist, dass sie nicht nur drei echte, neue Zwischenbilder pro Ausgangsbild berechnet, sondern auch das ursprüngliche Bild nachschärft. Der Prozessor bezieht für die Bildberechnung das nächste echte Bild in seine Prozesse ein, so dass sich die neuen Bilder optimal einfügen lassen. Und damit Unschärfen oder andere Fehler im Ausgangsmotiv durch die neuen Bilder nicht vervierfacht werden, schärft der Prozessor das Ausgangsmaterial vor der Weiterverarbeitung noch einmal separat nach. Zahlreiche Eco-Features runden den Funktionsumfang der neuen LCD-Fernseher ab. Sie benötigen bis zu 35 Prozent weniger Strom als Sony Geräte der vorherigen Generation. Extras wie der intelligente Standby-Modus, der Lichtsensor oder der echte Netzschalter

helfen zusätzlich, Energie zu sparen. Darüber hinaus können die Displays so programmiert werden, dass sie nach einer frei wählbaren Zeitspanne selbständig in den Standby-Modus wechseln, wenn in dieser Zeit niemand das Programm oder die Lautstärke ändert.

Neue Blu-ray Heimkinoanlagen

Um Film-Fans endlich das perfekte Bild plus perfekten Ton aus



einer Hand zu bieten, bringt Sony jetzt die BDV-E300, BDV-800W, BDV-Z7 und HTP-BD36SF Anlagen auf den Markt. Die Komplettsysteme BDV-E300 und BDV-800W verbergen hinter ihrem schicken schwarzen Chassis jede Menge Power. Der 1.000 Watt S-Master Digitalverstärker garantiert noch mehr Action in den eigenen vier Wänden. Die E300-Variante bietet hier S-Master Verstärkung mit 24 Bit, die 800W-Alternative kann sogar mit 32 Bit aufwarten. Der Blu-ray Player ist bereit für die interaktiven BD-Live Features aus dem Internet. Dank 24p und x.v. Colour Wiedergabe lässt die Anlage in puncto Bildqualität keine Wünsche offen. Zudem skaliert die Anlage selbst DVDs auf High Definition mit 1.080p.

Die Dolby TrueHD und dts-HD Master Audio Wiedergabe sorgen für eine originalgetreue Reproduktion des Tons. Für den richtigen Surround-Sound-Effekt sorgt das virtuelle 7.1 Kanal Feature. Zu fünf echten Boxen errechnet die Elektronik noch den Ton für zwei weitere virtuelle Boxen. Über das bei der BDV-800W zum Lieferumfang gehörende und sonst als Zubehör erhältliche Zusatzmodul WAHT-SA1 werden die Rücklautsprecher kabellos über Funk angesteuert. Für die nötige Flexibilität sorgt die integrierte DIGITAL MEDIA PORT Schnittstelle. Mit optional erhältlichen Adaptern für den Bluetooth-Empfang, den iPod oder einen WALKMAN können verschiedene Musikquellen direkt mit der Anlage verbunden werden.

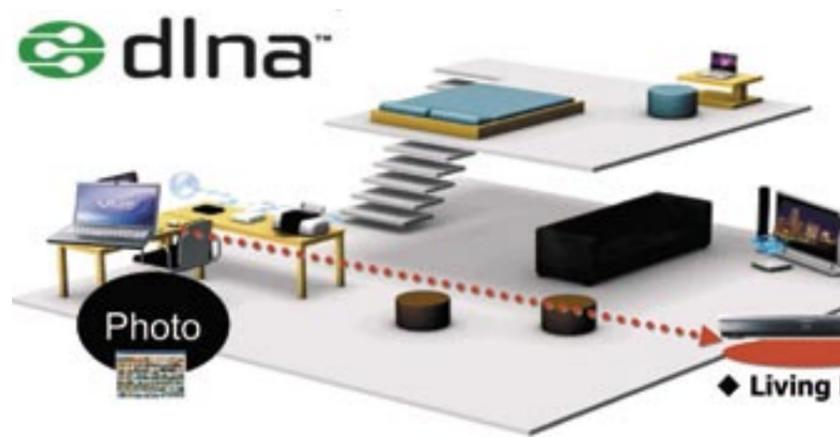
Kompaktsysteme

Zusätzlich zu den neuen All-in-one Blu-ray Systemen erweitert Sony

Mit der neuen BRAVIA Z58-Serie bringt Sony die nächste Generation der Motionflow 200 Hertz Technologie heraus. Der Prozessor ermittelt aus einem Ausgangsbild in Sekundenschnelle drei neue Bilder und bezieht das nächste echte Bild in seine Rechenprozesse ein, so dass sich die neuen Bilder optimal einfügen lassen.



Der neue Blu-ray Player BDP-S760 für HD Video & HD Audio sorgt dank Precision Drive HD, Precision Cinema HD Upscaler, Super Bit Mapping und HD Reality Enhancer für eine sehr gute Bildwiedergabe. Ein 7.1 analoger Audio Ausgang ermöglicht die Weitergabe des dekodierten Audio-Signals an Receiver ohne HDMI-Eingang.



Alle TV-Geräte von Sony sind DLNA-zertifiziert und lassen sich über den eingebauten Ethernet-Anschluss direkt ins Heimnetzwerk einbinden. Über die Fernbedienung stehen dann auch Fotos, Musik, Filme und Videos im MPEG2 und AVCHD-Format zur Verfügung – zum Beispiel von einem HD-Camcorder.

Deutschland auch sein Portfolio rund um den bereits eingeführten Blu-ray Player BDP-S360. Neben der Komplett-Anlage HTP-BD36SF – bestehend aus dem Einsteiger-Blu-ray Player BDP-S360 und einem darauf abgestimmten Receiver plus 5.1 Lautsprechersystem – kommt das HTP-BD36SS Komplettsystem auf den Markt. Beide Varianten verfügen über 1.000 Watt Power, drei HDMI-Eingänge zum Anschluss von Set-Top-Boxen oder Spielekonsolen und eine DIGITAL MEDIA PORT Schnittstelle. Mit dem optional erhältlichen Zubehör können MP3-Player, Computer oder Mobiltelefone direkt an das Sound System angeschlossen werden. Einziger Unterschied beider Varianten: Die HTP-BD36SF Alternative setzt auf große Standlautsprecher, der HTP-BD36SS arbeitet mit dezenteren Kompakt-Boxen. Auch

Trotz ihres schlanken Erscheinungsbildes lassen die BRAVIA Fernseher der Z58-Serie keine Wünsche offen. Für den Zugang zum Internet sorgt der AppliCast Service. Ohne großen Aufwand können individuell eingegebene RSS-Feeds parallel zum Fernsehbild in Fenstern – sogenannten Widgets – auf dem Bildschirm dargestellt werden. Alle Geräte der BRAVIA Z58-Serie sind mit einem CI+ fähigen digitalen Tuner für Kabel (DVB-C) und Antenne (DVB-T) ausgestattet, der auch HD-Sendungen empfängt.

hier verschwinden mit dem optional erhältlichen Erweiterungs-Kit WAHT-SA1 die Kabel zu den Rücklautsprechern aus dem Wohnzimmer.



www.sony.de

Sony: Das neue Partner Programm (SPP) startet zur IFA

Gemeinsam stark

Es ist soweit: Pünktlich zur IFA stellt Sony Deutschland das neue Sony Partner Programm (SPP) vor. Ab September wird dieses Schritt für Schritt eingeführt.

Gemeinsam mit den Händlern positioniert sich Sony Deutschland in einem stark umkämpften Markt. Gerade in Krisenzeiten können sich die Handelspartner positiv von Mitbewerbern absetzen und ihren Kunden besondere Mehrwerte ermöglichen.

Das Programm bietet Handelspartnern die Chance zur individuellen Differenzierung am Markt und Unterstützung im Wettbewerb.

Händler sollen zukünftig grundlegende Voraussetzungen erfüllen, um Sony Partner werden zu können. Dazu gehören zum Beispiel der Schutz der Marke Sony, die

Einhaltung einer gewissen kanalspezifischen Sortimentsbreite und -tiefe, Beratungskompetenz und die Einhaltung der Sony Policies (u. a. Lagerwert-Ausgleichszahlungen). Allen Sony Partnern werden dafür klare Zusatzleistungen und Services zur Verfügung gestellt.

Im Rahmen des Programms werden gemeinsame Ziele und Leistungen auf Basis einer entsprechenden Partnerschaftsstufe und der dafür vorgesehenen Kriterien definiert. Ziel dabei ist, die tatsächliche Leistung der Sony Partner nicht nur über Umsatzziele, sondern vor allem auch über nicht-monetäre Werte zu bemessen. Je nach Einstufung wird es entsprechend gestaffelte Support-Leistungen geben, die den Partnern weitere Vorteile bieten, z. B. bei der Erhöhung der Kundenbindung und

Optimierung von Angebot, Service und Beratung.

„In enger Absprache mit unseren Partnern, den Fachhandelskooperationen und einem Fachhändler-Beirat haben wir in den letzten Monaten ein Konzept erarbeitet, welches ein für beide Seiten erfolgreiches partnerschaftliches Modell verspricht. Unsere Händler werden wählen können, wie stark sie mit uns kooperieren möchten, ihr Engagement wird dann beson-

KERNEFAKTEN

- Langfristige gemeinsame Marketing-Strategien
- Besondere Handelsmarketing-Maßnahmen
- Exklusive Kooperationen
- PoS-Gestaltung und weitere Differenzierung durch aufmerksamkeitsstarke Werbemaßnahmen
- Frühzeitige Neuheitenplatzierung und optimale Warenverfügbarkeit
- Intensive Betreuung durch den Sony Außen- und Innendienst
- Intensive Produkt-Trainings und Schulungen



Jeffrey van Ede: „Gemeinsam mit unseren Partnern haben wir ein Modell entwickelt, mit dem jeder Händler mit Sony erfolgreich sein kann.“



Mit dem neuen Partner Programm (SPP) unterstützt Sony Deutschland die Händler bei den kritischen Erfolgsfaktoren, die für deren Umsatz von entscheidender Bedeutung sind. Das Programm bietet Handelspartnern die Chance zur individuellen Differenzierung am Markt und Unterstützung im Wettbewerb.

ders unterstützt und belohnt werden“, so Jeffrey van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH. Mit diesen Maßnahmen unterstützt Sony Deutschland die Händler bei den kritischen Erfolgs-

faktoren, die für deren Umsatz von entscheidender Bedeutung sind. Darüber hinaus profitieren die Sony Partner natürlich von einer leistungsgerechten Konditionsstruktur. www.sony.de

Sony: Brillante Bilder bei schwachen Lichtverhältnissen

Einstiegs-DSLR-Modelle

Der leistungsstarke Exmor CMOS Sensor, die intuitive Bedienung und eine brillante Bildqualität selbst bei schwachen Lichtverhältnissen sind die Hauptmerkmale der neuen digitalen Spiegelreflexkameras α 500 und α 550 von Sony.

Einsteiger und ambitionierte Hobbyfotografen werden von den beiden neuen DSLR-Modellen von Sony begeistert sein: Sowohl die α 500 (12,3 Megapixel) als auch die α 550 (14,2 Megapixel) sind mit dem neuen Exmor CMOS Sensor sowie der besonders leistungsfähigen Bionz Prozessor-technologie ausgestattet.

Hohe Bildqualität

Beide Komponenten sorgen für eine hervorragende Bildqualität, Schnelligkeit und ein extrem reduziertes Bildrauschen. Sie erlauben Aufnahmen mit einer Empfindlichkeit bis zu ISO 12.800 und ermöglichen damit noch mehr Flexibilität bei Freihandaufnahmen und schwierigen Lichtverhältnissen. Dank Serienbildaufnahmen

mit bis zu vier Bildern pro Sekunde im Live View Modus und bis zu fünf Bildern bei Verwendung des optischen Suchers, gelingt es selbst Einsteigern, den perfekten Augenblick festzuhalten. Die neue „Serienbildfunktion mit Geschwin-



Die α 500 und die α 550 arbeiten mit dem schnellen Quick AF Live View mit Gesichtserkennung und Schärfepriorität plus Belichtung auf Gesichter, was für eine besonders natürliche Hauttonwiedergabe sorgt.

digkeitspriorität“ (α 550) legt die Messlatte sogar noch höher: bis zu sieben Bilder pro Sekunde sind möglich.

Wie bereits die Modelle der 300er-Serie, verfügen auch die α 500 und die α 550 über den schnellen und komfortablen Quick AF Live View. Neu ist allerdings, dass dieser Modus auch eine Gesichtserkennung mit Schärfepriorität plus Belichtung auf Gesichter ermöglicht und so für eine besonders natürliche Hauttonwiedergabe sorgt. Auch die Smile Shutter Funktion wurde erstmalig in eine Sony DSLR-Kamera integriert. Dieser löst automatisch aus, sobald eine Person im Bild lächelt.

Schwenkbarer 3 Zoll LCD-Monitor

Beide Modelle sind mit einem über einen Bereich von 180 Grad schwenkbaren drei Zoll LCD-Monitor ausgestattet und erlau-



Sowohl die α 500 (12,3 Megapixel) als auch die α 550 (14,2 Megapixel) erlauben Aufnahmen mit einer Empfindlichkeit bis zu ISO 12.800 und ermöglichen damit noch mehr Flexibilität bei Freihandaufnahmen und schwierigen Lichtverhältnissen. Die neue Serienbildfunktion liefert bis zu sieben Bilder pro Sekunde.

ben spielend einfach neue Perspektiven. Wo bisher viel Geduld, ein Stativ und die entsprechende Bildbearbeitungssoftware nötig waren, hilft nun die Auto HDR-Funktion. Zwei Bilder werden mit unterschiedlichen Belichtungseinstellungen aufgenommen und zu einem Bild kombiniert.

Wie alle anderen α DSLR-Kameras verfügen auch die beiden neuen Modelle über SteadyShot INSIDETM. Er erlaubt bis zu vier

Lichtwerte längere Verschlusszeiten und somit mehr kreativen Spielraum bei Freihandaufnahmen.

Beide Kameras verfügen außerdem über ein außergewöhnlich effizientes Energiemanagement. Die α 500 leistet etwa 1.000 Aufnahmen mit einer Akkuladung (nach CIPA-Standard), und die α 550 löst mit einer Akkuladung bis zu 950mal aus. www.sony.de

Sony: Die neuen Cyber-shot Modelle DSC-TX1 und DSC-WX1

Uns gehört die Nacht

Mit zwei neuen Kompaktkameras der T- und W-Serie erleichtert Sony Hobbyfotografen die Aufnahme perfekter Fotos in der Dämmerung und bei Nacht. Für eine noch größere Detailschärfe sorgen ein doppelter Verwacklungsschutz und hochwertige Optiken in beiden Modellen. Ab September sind die DSC-TX1 sowie die DSC-WX1 erhältlich.

Die beiden neuen Cyber-shot Modelle DSC-WX1 und DSC-TX1 erschließen besonders Hobbyfotografen neue Betätigungsfelder. Die Kombination aus Exmor R CMOS Sensor mit 10,2 Megapixel Auflösung und dem BIONZ Bildprozessor erweitern den Einsatzbereich der beiden Kameras. So nimmt der Exmor R CMOS Sensor dank neuartiger Hintergrundbelichtungs-Technik nahezu doppelt so viel Lichtenergie auf wie konventionelle CMOS Sensoren. Daraus ergibt sich eine deutlich gesteigerte Lichtempfindlichkeit, die auch bei Dämmerung oder sogar Nacht noch detailreiche Aufnahmen mit geringem Farbrauschen ermöglicht. Auch Panoramaaufnahmen sind aufgrund der neuen Technik einfach zu erreichen. Die Schwenkpanorama-Funktion erlaubt Auf-

sammenarbeit mit dem BIONZ Bildprozessor bis zu zehn Aufnahmen pro Sekunde ermöglicht. Der optische Bildstabilisator sorgt für verwacklungsfreie Fotos.

Designkamera DSC-TX1

Die DSC-TX1 besticht durch ihre Ausstattung, eine edle Verarbeitung und ist mit nur 14,1 Millimetern extrem dünn. Auch die fünf verschiedenen Farbvarianten erfüllen jeden Wunsch nach Individualität: Die TX1 ist in Grau, Silber, Blau, Gold und Pink erhältlich. Die Kamera ist mit einem Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv mit 4fach optischem Zoom (35 bis 140 Millimeter) sowie einem drei Zoll (7,6 Zentimeter) großen Touchscreen ausgestattet. Die neue Menüstruktur ist für die



Die neue Cyber-shot Kompaktkamera DSC-TX1 von Sony ist optimal für brillante Aufnahmen bei Nacht und in der Dämmerung gerüstet. Der 10,2 Megapixel Exmor R CMOS Sensor ist besonders lichtempfindlich und verarbeitet die aufgenommenen Bilddaten in Bruchteilen von Sekunden.

und mit einem lichtstarken Premium-Objektiv der G-Serie von Sony ausgestattet. Es gewährleistet höchste Kontraste im gesamten Brennweitenbereich, der dank des 5fach optischen Zooms von 24 bis 120 Millimetern reicht (im Vergleich zum KB-Format). Dank des extremen Weitwinkels passt „mehr“ aufs Bild als bei anderen Kameras. Zusätzlich erlaubt auch die sehr hohe Lichtstärke von F2.4 bei schlechteren Lichtverhältnissen nahezu verwacklungsfreie und brillante Bilder.



Die DSC-TX1 besticht durch ihre Ausstattung, eine edle Verarbeitung und ist mit nur 14,1 Millimetern extrem dünn (gemessen ohne Objektivklappe). Die Designkamera ist in Grau, Silber, Blau, Gold und Pink erhältlich. Das Carl Zeiss Vario-Tessar Objektiv mit 4fach optischem Zoom liefert beste Bildergebnisse.



Dank des extremen Weitwinkels der DSC-WX1 passt „mehr“ aufs Bild als bei anderen Kameras. Zusätzlich erlaubt die sehr hohe Lichtstärke von F2.4 auch bei schlechteren Lichtverhältnissen nahezu verwacklungsfreie und brillante Bilder. Die Lächelautomatik „Smile Shutter“ sorgt für freundliche Porträtaufnahmen.

nahmen in extremen Horizontal- und Vertikalformaten. Hierfür muss der Nutzer nur den Auslöserknopf drücken und mit der Kamera einen waagerechten oder senkrechten Schwenk ausführen. Die während der Bewegung gesammelten Bildinformationen kombiniert die „Sweep Panorama“-Funktion automatisch zu Panorama-Aufnahmen. Der „digitale Rundblick“ kann hierbei einen Winkel von bis zu 256 Grad (WX1) beziehungsweise 185 Grad (TX1) abdecken.

Die beiden neuen Digitalkameras sind mit einem mechanischen Verschluss versehen, der in Zu-

Bedienung mit dem Finger oder Stift ausgelegt. Per Fingertipp wandert der Anwender durch seine gespeicherten Fotoalben. Beliebte oder häufig benutzte Funktionen lassen sich individuell auf dem Display platzieren und stehen so direkt zur Verfügung.

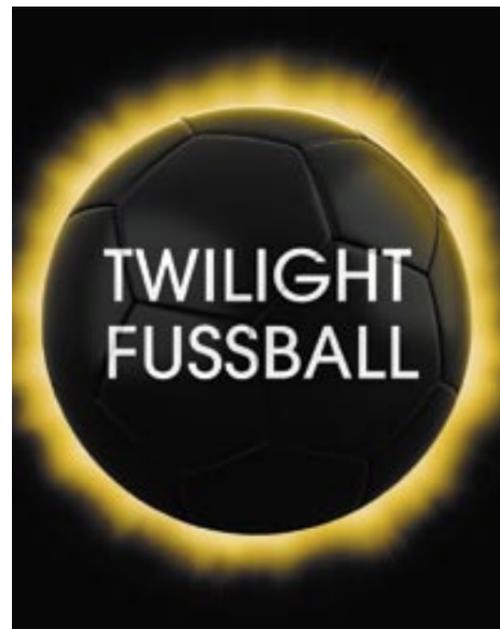
DSC-WX1 – robust und schön

Die DSC-WX1 wiederum glänzt durch ihr kompaktes Metallgehäuse in den drei verfügbaren Farben Schwarz (inklusive Objektivring), Silber und Gold. Sie ist das neue Top-Modell der W-Serie

IPT-DS1 – der automatische Fotograf

Als weltweit erste Cyber-shot Kameras lassen sich die DSC-TX1 und die WX1 in Kombination mit der innovativen Dockingstation IPT-DS1 als „automatischer Fotograf“ nutzen. Das Gerät basiert auf der Gesichtserkennungstechnologie und leuchtet zum Beispiel auf Partys oder Familienfeiern alle Gäste ab, ohne dass jemand den Auslöser betätigen muss. Die Motiverkennung erfolgt dabei über die Gesichtserkennung für bis zu acht Personen und die Lächelerkennung der Kamera. Um den automatischen Fotografen zu aktivieren, muss die Kamera nur auf den Sockel des IPT-DS1 gesetzt und auf das Geschehen ausgerichtet werden. Die Automatik sucht dabei motorgesteuert durch die Änderung des Neigungswinkels sowie Schwenk und Zoom nach der optimalen Bildkomposition. Bei erkannten Personen oder einem Lächeln löst sie automatisch aus. Wann immer das Gerät Gäste oder den Gastgeber entdeckt, klickt der Auslöser.

www.sony.de



Die „Twilight Fußball“ Kampagne: Sony folgt der Dämmerung.

Sieben Fußballspiele im Abendlicht des 22. September 2009, atemberaubende Schauplätze auf vier Kontinenten, begeisterte Fotografen und Hobbyfilmer, die einen einzigartigen Event in der Abenddämmerung dokumentieren. Die europäische Digital Imaging-Kampagne „Twilight Fußball“ soll eindrucksvoll die Stärken des neuen Exmor R CMOS Sensors demonstrieren. Nach den unlängst angekündigten Handycam Modellen HDR-CX505 und CX520 folgt nun der Kompaktkamera-Bereich: Als erste Cyber-shot Kameras sind die DSC-TX1 und WX1 mit der neuen Technologie ausgestattet und versprechen selbst bei schwierigen Lichtverhältnissen Aufnahmen in hervorragender Qualität.



Die DSC-WX1 ist robust und glänzt durch ihr kompaktes Metallgehäuse in den drei verfügbaren Farben Schwarz, Silber und Gold, wobei auch der Objektivring in der jeweiligen Farbe ausgeführt ist. Sie ist das neue Top-Modell der W-Serie und ist mit einem lichtstarken Objektiv der G-Serie von Sony ausgestattet.

Sony: VAIO NW-Serie – gut ausgestattet und einfach zu bedienen

Multimedia-Notebook für jung und alt



Die Wiedergabe von Musik und Filmen sowie das Betrachten von Fotos ist schon lange auch auf Notebooks gängige Praxis. Sony hat jetzt mit der neuen NW-Serie die Wünsche der Kunden umgesetzt und bringt einfach zu bedienende, leistungsstarke Notebooks im Einstiegssegment auf den Markt.

Mit der neuen VAIO NW11-Serie spricht Sony alle Kunden an, die ein einfach zu bedienendes All-round-Notebook mit einem guten Preis-/Leistungsverhältnis suchen. Die VAIO NW-Serie ist mit einem 15,5-Zoll-Bildschirm im 16:9-Format ausgerüstet und zeichnet sich aufgrund ihrer strukturierten Oberfläche durch eine besondere Optik und Haptik aus.

Schnellstarttasten

Eine Besonderheit der Sony VAIO NW-Serie sind die praktischen Schnellstarttasten, die oberhalb der

Tastatur zu finden sind. Über diese Tasten kann im Handumdrehen auf das Internet zugegriffen werden. Die WEB-Taste startet bei ausgeschaltetem Notebook den integrierten Webbrowser innerhalb weniger Sekunden, ohne das Betriebssystem hochfahren zu müssen. Ein erneutes Drücken der Taste schaltet das Notebook wieder aus. Dies ist besonders praktisch, wenn man nur kurz seine E-Mails durchsehen oder im Internet etwas nachschauen möchte. Falls das Notebook bereits eingeschaltet ist, startet

der Standard-Browser. Ebenso praktisch wie auch energiesparend ist die Bildschirm-Deaktivierung per Knopfdruck. Beim Abspielen von Musik oder Videos und dem Herunterladen von Dateien aus dem Internet kann das Display mit nur einem Tastendruck ausgeschaltet und auch wieder eingeschaltet werden. Die NW-Serie verfügt über eine einfache Benutzerführung und ist somit vor allem für Einsteiger

Um Blu-ray-Filme, eigene Videos und Diashows in HD-Qualität auf einem großen HDTV-Bildschirm ablaufen zu lassen, genügt bei der neuen VAIO NW-Serie eine einzige HDMI-Kabelverbindung. So wird aus dem Notebook in kürzester Zeit die Bühne für großes Kino.

geeignet, die keine oder nur wenig PC-Kenntnisse besitzen. Der Ergonomie kommen die Vorzüge des Isolation Keyboards und der erhöhten Handballenauflage, die ein angenehmes und langes Tippen ermöglichen, zugute. Das Glas-Touchpad sieht nicht nur gut aus, sondern lässt auch eine sehr genaue Bedienung und leichtes Scrollen zu.

WLAN Draft-N, HDMI, iLink und drei USB-Ports sorgen für Anschlussvielfalt. Das Top-Modell VGN-NW11Z lässt mit 500 Gigabyte Festplattenkapazität und einem Blu-ray Combo-Laufwerk keine Wünsche an einen Multimedia-Allerklärer offen. Die HDMI-Schnittstelle verfügt bei der Verbindung mit dem Fernseher über eine automatische Erkennung der Auflösung und stellt den gewünschten Inhalt optimal auf dem Fernseher dar.

Viel Leistung im Einstiegssegment

Auch im Einstiegssegment kommt bei VAIO leistungsstarke Hardware zum Einsatz. Angetrieben

Die strukturierte Oberfläche des Gehäuses im „Naturrhythmus“ Design gibt dem Notebook ein edles, zeit-

VAIO W-Serie – Power-Zwerg für unterwegs

Das neue Subnotebook ist für alle geeignet, die ein kompaktes und günstiges mobiles Gerät suchen, um zu Hause oder unterwegs schnell ins Internet zu gehen, E-Mails zu checken oder mit Freunden in Kontakt zu bleiben. Mit einem Display mit 10,1 Zoll Bildschirmdiagonale und einem Gewicht von 1,19 Kilogramm lässt sich das VAIO Mini problemlos überallhin mitnehmen, ist aber auch im heimischen Wohnzimmer ein gern gesehener „Mitbewohner“. Mit dem Winzling auf dem Schoß kann man auf dem Sofa oder am Tisch im Internet surfen und über die eingebaute Webcam mit Freunden kommunizieren oder kurz vor dem Schlafengehen noch schnell gemütlich im Bett die neuesten Videos bei YouTube ansehen.



Das VAIO Mini hat eine kompakte Größe und zeichnet sich durch sein abgerundetes und flaches Design aus. Es ist in den modischen Farben „Sugar White“, „Berry Pink“ und „Cocoa Brown“ sowie farblich passenden Taschen und Minimäusen erhältlich. Dank des matten Materials werden keine Fingerabdrücke auf dem kompletten Chassis sichtbar. Nicht nur schön, sondern auch praktisch ist das mit Texturen versehene Design-Touchpad, das eine zielgenaue Führung sichert, sowie das Isolation Keyboard, das mit seiner vollwertigen Tastatur ein komfortables Tippen ermöglicht. Trotz der geringen Abmessungen der Tastatur sorgt ein spürbarer Druckpunkt beim Tippen für angenehmes Schreiben.



Der Intel Atom-Prozessor N280, ein Gigabyte Arbeitsspeicher und Windows XP ermöglichen Grundfunktionen wie Surfen, Texte schreiben, Fotos und Videos ansehen oder Musik abspielen. Eine Besonderheit der W-Serie ist das 10 Zoll große Display mit der hohen Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten im 16:9-Format. Darüber hinaus macht das Display auch die Wiedergabe von Filmen zum Vergnügen. Schließlich kommt auch bei dem VAIO Mini die bewährte X-black Display-Technologie von Sony zum Einsatz, die scharfen Kontrast und kräftige Farben auf das Display bringt. 160 Gigabyte Festplattenkapazität bieten ausreichend Platz für Fotos, Videos und Musik, damit der Spaß auch unterwegs nicht zu kurz kommt. Über die vorinstallierte VAIO Media Plus Software lassen sich die auf dem VAIO Mini gespeicherten Multimedia-Inhalte ganz einfach auch über das Heimnetzwerk abspielen. Hierzu stehen entweder das integrierte WLAN-Modul oder der Ethernet-Port zum Kabelanschluss zur Verfügung. Mit der W-Serie in der Tasche kommen so auch die eigenen Lieblingssongs auf jeder Party zum Einsatz.

<http://vaio.sony.de>



Die sanften Rundungen und textilarartigen Oberflächenstrukturen liegen auf natürliche Weise in der Hand und vermitteln ein angenehmes Gefühl beim Anfassen. Ein wellenförmiger Übergang von der Tastatur zur Handablage unterstützt die Handgelenke beim Schreiben.

von einem Intel T6500 Core 2 Duo Prozessor, dem vier Gigabyte Arbeitsspeicher zur Seite stehen, ist die VAIO NW11-Serie für fast jeden Spaß zu haben. Mit der ATI Radeon HD 4570 Grafikkarte verfügen die Notebooks über genügend Ressourcen zur Wiedergabe von Multimedia-Inhalten.

loses Aussehen und harmonisiert mit modernen Wohnungseinrichtungen, wenn das Notebook zu Hause eingesetzt wird. Je nach Geschmack und Ausstattungswunsch ist die NW-Serie in Silber oder Braun erhältlich. Die Beschaffenheit und Struktur der Oberfläche verleihen dem Notebook eine angenehme Haptik und verhindern darüber hinaus, dass Fingerabdrücke auf dem Gehäuse zu sehen sind.

Anschlussvielfalt

Auch bei den Schnittstellen kommt jeder auf seine Kosten: Bluetooth,

www.sony.de



Brodos Partner erhalten Rabatte für den Verkauf von Netbooks

Unter dem Motto „Netbooks for all“ bietet Brodos allen Fachhändlern, die ihren Endkunden ein Netbook live vorführen möchten, jedoch keine Ware aus dem eigenen Lagerbestand nutzen wollen, jetzt Marken-Netbooks mit Rabatten bis zu 100 Prozent an. Im Aktionszeitraum bis 31. Oktober gilt es mindestens fünf Datenkarten von T-Mobile (Web n Walk Connect L), Vodafone (Mobile Connect L oder Mobile Connect Flat), Base (Internet Flat) oder O₂ (Active Data oder Active Data Plus) über Brodos zu schalten. Dafür erhält der Händler 25 Prozent Rabatt auf ein Netbook seiner Wahl. Bei zehn Datenkarten sind es 50 Prozent, bei 15 Datenkarten 75 Prozent Rabatt. Mit 20 Datenkarten schenkt Brodos dem Händler sein Wunsch-Netbook. Der Händler kann beliebige Modelle aus dem Brodos Netbook-Sortiment mit den genannten Tarifen aktivieren. Die Freischaltungen in den einzelnen Netzen werden dabei addiert.

www.my-extra.com

AVM informiert Handelspartner auf der Solutions Tour 2009

AVM stellt exklusiv für Fachhändler auf seiner AVM Solutions Tour im Herbst die drei neuen Produkt-Highlights Fritz!Box Fon WLAN 7390, das Fritz!Fon MT-F sowie die Set-Top-Box Fritz!Media 8260 vor. Die innovativen Geräte setzen neue Maßstäbe am Breitbandanschluss und fallen durch den Einsatz neuer Technologien wie Dualband-WLAN N und VDSL, HD-Telefonie kombiniert mit Musik und Internet sowie IPTV in HD-Qualität auf. Den Fachhändlern wird in den kostenlosen und speziell auf ihre Bedürfnisse zugeschnittenen Veranstaltungen zudem das Zusammenspiel der Fritz-Produkte untereinander erläutert. Auch Tips in bezug auf die erfolgreiche Beratung von Kunden rund um das Thema Heimvernetzung stehen auf dem Programm. Geleitet werden die Veranstaltungen von erfahrenen AVM-Trainern.

Die AVM Solutions Tour 2009 startet am 8. September in Kaiserslautern, die Schlussveranstaltung ist am 29. Oktober in München. Insgesamt macht die Roadshow in zwölf Städten halt und umfasst 16 Veranstaltungen (8.9. Kaiserslautern, 9.–10.9. Frankfurt/Main, 15.9. Hamburg, 16.9. Hannover, 22.9. Leipzig, 23.–24.9. Berlin, 6.10. Düsseldorf, 7.10. Köln, 8.10. Münster,

20.–21.10. Stuttgart, 27.10. Nürnberg/Herzogenaurach, 28.–29.10. München). Diese werden exklusiv für im AVM Partnerportal registrierte Fachhändler angeboten. Aufgrund der begrenzten Teilnehmerzahl ist eine schnelle Anmeldung ratsam. Alle Termine, weitere Infos und Anmeldung unter www.avm.de/tour.

Herweck, Sony Ericsson und O₂ starten Incentive

Herweck bietet derzeit in Kooperation mit Sony Ericsson und O₂ seinen Fachhändlern ein besonderes Incentive an: Für 18 Händler geht es vom 29.10. bis zum 2.11. nach El Gouna, Ägypten. Um an dieser Reise teilnehmen zu können, muss der Händler versuchen, bis zum 30. September möglichst viele O₂ Verträge in Verbindung mit einem Sony Ericsson Mobilfunkgerät abzuschließen. Abhängig von dem Vertrag, den die Reseller mit ihren Kunden abschließen, gibt es unterschiedlich viele Punkte. Wenn die Händler einen Vertrag in Kombination mit einem Sony Ericsson Gerät abschließen, erhalten sie sogar die doppelte Punktzahl. Für die erfolgreichsten 18 Händler geht es auf die Traumreise ins Sheraton Miramar Resort in El Gouna, direkt am roten Meer gelegen. Die Anmeldung zu dem Incentive erfolgt über

www.herweck-bigstep.de.

Vodafone Kunden surfen mobil noch schneller

Schon heute lassen sich im gesamten UMTS-Netz von Vodafone Deutschland dank HSDPA und HSUPA große Datenmengen empfangen und versenden. Bis zu 3,6 Megabit pro Sekunde im Downlink und 1,45 Megabit pro Sekunde im Uplink sind bundesweit seit längerem möglich. Jetzt hat Vodafone das Netz für seine Kunden erneut beschleunigt. In zahlreichen deutschen Städten und Gemeinden stehen ab sofort Geschwindigkeiten von bis zu 7,2 Megabit pro Sekunde bei Downloads und bis zu 3,0 Mbit/s bei Uploads zur Verfügung. An stark frequentierten HotSpots wie Flughäfen und großen

TÜViT zertifiziert Rechnungsprozess der Deutschen Telekom

Der Rechnungsprozess der Deutschen Telekom für Privatkunden im Festnetz ist jetzt von TÜV Informationstechnik (TÜViT), einem Unternehmen der TÜV Nord Gruppe, auditiert und zertifiziert worden. Im Rahmen des Rechnungsprozesses im Festnetz werden sämtliche Verkehrsdaten verarbeitet und bepreist, die tagtäglich durch über 27 Millionen Kunden beim Telefonieren und der Nutzung von Internet und E-Mail erzeugt werden. Mit dem Zertifikat bestätigt TÜViT der Telekom die Erfüllung aller Anforderungen an den Kundendatenschutz in diesem sensiblen Bereich.

„Wir haben uns bereits im Jahr 2008 dazu entschlossen, diese besonders sensible Datenverarbeitung, die alle T-Home Kunden betrifft und der deshalb unsere besondere Aufmerksamkeit gilt, auch ergänzend durch eine anerkannte externe Organisation wie TÜViT auditieren und zertifizieren zu lassen“, sagte der Konzerndatenschutzbeauftragte, Claus-Dieter Ulmer. „Mit den bereits erteilten TÜV-Zertifikaten für drei Internet-Kundendatenanwendungen und für den Datenschutz in allen Telekom-Shops durch die DEKRA bieten wir unseren Kunden die von unabhängiger Seite bestätigte Gewährleistung eines durchgängigen Datenschutzes.“

In einem ersten Schritt wurde zum 13. August für die „Verkehrsdatenverarbeitung – Individualisierung der Verkehrsdaten je Vertrag – Datenaufbereitung für die monatliche Rechnung“ das Zertifikat erteilt. Es ist bis zum 31. Juli 2011 gültig. Weitere Zertifikate für die „Rechnungsdarstellung auf Papier und online – Auskunftssysteme“ sowie die „Bereitstellung von Rechnungsinformationen für die Bilanzierung und andere interne Nachweise“ sollen bis zum Jahresende erteilt werden. Die Deutsche Telekom hatte nach der Bespitzelungsaffäre weitreichende Konsequenzen angekündigt und im Oktober 2008 zahlreiche Maßnahmen zur Verbesserung des Datenschutzes im Konzern eingeleitet. Inzwischen hat das Unternehmen bereits einen Vorstandsbereich für Datenschutz, Recht und Compliance eingerichtet, einen Datenschutzbericht vorgelegt sowie alle Kundendaten-Prozesse im Konzern einer umfangreichen Überprüfung und Auditierung unterworfen.

www.telekom.com

Real Business!

Nachhaltige Partnerschaft Bester Service Top Prämien

Yes Telecom ist der neue Mobilfunkanbieter für den Geschäftskundenbereich. In der Zusammenarbeit mit dem Fachhandel entstehen durch den Verzicht auf Online- und Direktvertrieb sowie eigene Shops keinerlei Kanalkonflikte. Mit unserem Markenversprechen – Bester Preis, Bester Service, Besser für Ihr Unternehmen – sind Ihnen Erfolg und zufriedene Kunden gesichert.

Yes Telecom der ideale Partner für den Business-Fachhandel!



www.yestelecom.de

The Business Network

Bahnhöfen sind sogar Geschwindigkeiten von bis zu 14,4 Mbit/s bei Downloads möglich.

„Kunden von Vodafone können als erste in Deutschland schon heute höchste Geschwindigkeiten von zehn Megabit pro Sekunde bei mobilen Datendiensten nutzen. Damit unterstreichen wir in Sachen mobile Breitbandlösungen unsere Vorreiterrolle. Wir verfügen über das leistungsstärkste Mobilfunknetz mit der besten Flächendeckung in Deutschland und bauen unsere Netze im Interesse unserer Kunden bedarfsgerecht aus“, so Hartmut Kremling, Geschäftsführer Technik von Vodafone Deutschland. www.vodafone.de

HTC zeigt auf der IFA 2009 seine neuen Multimedia-Geräte

HTC zeigt auf der IFA 2009 mit dem HTC Hero, HTC Touch Diamond2 sowie dem HTC Touch Pro2 die neuesten Produkte seiner erfolgreichen Multimedia-Mobiltelefone für Business- und Privatanwender. Auf dem Stand des Vertriebspartners Brightpoint in Halle 9, Stand 201, haben Technik- und Lifestyle-affine Besucher die Möglichkeit, sich von den innovativen Bedienkonzepten, der Funktionsvielfalt und dem Design der Geräte zu überzeugen. Premiere auf einer Messe feiert dabei der HTC Hero, das erste Mobiltelefon auf Android-Basis mit dem HTC Sense Erlebnis, das ein Umdenken von der seit Jahrzehnten dominierenden Applikationslogik hin zu einer intuitiven Benutzerführung eingeleitet hat. Daneben präsentiert HTC den Touch Diamond2 auf Basis von Windows Mobile, eine Stilikone, die sich durch technische Innovationen wie der Kontakt-bezogenen Kommunikation, der HTC Push Internet-Technologie sowie

der intuitiven Ein-Hand-Bedienung auszeichnet. Auch der HTC Touch Pro2 folgt dem Prinzip der Kontakt-bezogenen Kommunikation, bei dem dank der innovativen HTC Straight Talk-Technologie erstmals E-Mail, Sprache und Lautsprechertelefon nahtlos in einem Gerät verknüpft sind. Die Push Internet-Technologie sowie die intuitive Benutzeroberfläche TouchFLO 3D runden den leistungsstarken Funktionsumfang des HTC Touch Pro2 ab. www.htc.com

E-Plus-Gruppe bietet neuen Handytarif für ADAC-Mitglieder

Die E-Plus-Gruppe hat einen neuen Mobilfunktarif speziell für ADAC Mitglieder vorgestellt. Bei der ADAC Edition bezahlen Neukunden nur das, was sie auch wirklich nutzen. Schließen sie den Tarif im August ab, fallen über die gesamte Vertragslaufzeit keine Grundgebühr, kein Mindestumsatz und zusätzlich keine Anschlussgebühr an. Nur abgehende Anrufe kosten rund um die Uhr und in alle Netze zehn Cent pro Minute. Damit vereint die ADAC Edition die wichtigsten Vorteile eines Vertragstarifs mit denen eines Prepaid-Angebots: ein attraktiver Minutenpreis, keine Aufladung der Karte nötig, bewährter Vertragskundenservice, keine monatlichen Fixkosten. Kostenlos ist für ADAC Mitglieder auch die Family & Partner Option, mit der bis zu fünf Familienmitglieder, Freunde oder Geschäftspartner kostenlos untereinander telefonieren können. Maximal fünf der Verträge werden dann unter einer gemeinsamen Kundennummer und Rechnung geführt. Das aktuelle Angebot erhalten ADAC-Mitglieder online auf www.eplus.de/adac oder telefonisch unter 0800-1120322.

www.eplus.de



Zenec nimmt weitere Naviceiver nach dem E>GO Konzept ins Portfolio

Unter der Headline E>GO, kurz für Exchange and Go, bietet Zenec passgenaue Navigations- und Mediasysteme, die exakt auf verschiedene Autotypen zugeschnitten sind. Mit dem ZE-NC2010 wurde in diesem Frühsommer der erste fahrzeugspezifische Naviceiver der E>GO-Serie in den Markt eingeführt. Dank der Flexibilität des Konzepts hat Zenec weitere E>GO Naviceiver ins Portfolio aufgenommen, die auf der IFA 2009 als Weltpremiere einem internationalen Publikum vorgestellt



werden: den ZE-NC5010 für Opel Corsa, Zafira, Astra H und plattformverwandte Modelle, ZE-NC3810 für Ford Mondeo, Fokus, S-Max und ZE-NC2040 für den Golf 4 und weitere plattformverwandte Modelle – alle lieferbar ab Ende September. Weitere Modelle, beispielsweise für Hyundai SantaFee, Skoda Octavia II und Toyota, sind für Ende des Jahres geplant. www.zenec.com

Navigon weitet die Möglichkeiten des MobileNavigator 7 aus

Navigon erweitert die Einsatzmöglichkeiten und das Leistungsspektrum seiner Navigationssoftware MobileNavigator 7: Damit so viele Handynutzer wie möglich von den Vorteilen der Software profitieren, lässt sich der MobileNavigator 7 nun auch auf Windows Mobile basierte Geräte laden, die ein Display mit hoher WVGA-Auflösung haben. Dazu

gehören zum Beispiel das Sony Ericsson Xperia X1, das T-Mobile MDA Vario V oder das Samsung i900 Omnia. Navigon Kunden, die ein Handy mit dem Betriebssystem Symbian besitzen und die MobileNavigator 7-Software bereits zur Fußgängeravigation einsetzen, profitieren von verbesserten Funktionalitäten. Wichtigster Fortschritt: Die Standortbestimmung via A-GPS (Assisted GPS), bei der zusätzliche, via GPRS oder UMTS übermittelte Signale die Zeit bis zur ersten abgeschlossenen Positionsbestimmung verkürzen, gelingt nach dem Update der Software noch schneller. Das Update steht auf der Navigon Website unter www.navigon.com/mn7 zur Verfügung und kann kostenlos heruntergeladen werden. www.navigon.de

Falk F12 jetzt mit 3D-Gebäuden und klickbaren POIs

Falk F12 heißt das neue Flaggschiff der Falk-Navigationsgeräte. Dank der neuen Software Falk Navigator 9.5 bietet das superflache Design-PND eine 3D-Ansicht markanter Gebäude und Sehenswürdigkeiten, Points of Interests (POIs) geben durch einen Klick auf dem Bildschirm weitere Informationen preis. Durch die verbesserte Sprachsteuerung Pro hört das Navi nun auf Kurzkommandos wie „nächste Tankstelle“. Zudem bietet das F12 lernende Navigation, Echt-Sicht, Split Screen Pro und Bluetooth. Die Premium-Staumfahrung TMCpro in Deutschland und TMCplus in Österreich ist ebenfalls verfügbar. Falk hat weiterhin die Bedienung optimiert und die Navigation dank 4 GB Speicher und 533 MHz Prozessor auf Highspeed Performance gebracht. Das Widescreen-Navi mit 4,3 Zoll Bildschirm, Kartenmaterial von 44 Ländern West- und Osteuropas ist ab sofort erhältlich. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung lautet 449 Euro. Falk

Neue Multimediageräte von JVC für Navigation, Musik, Video und TV

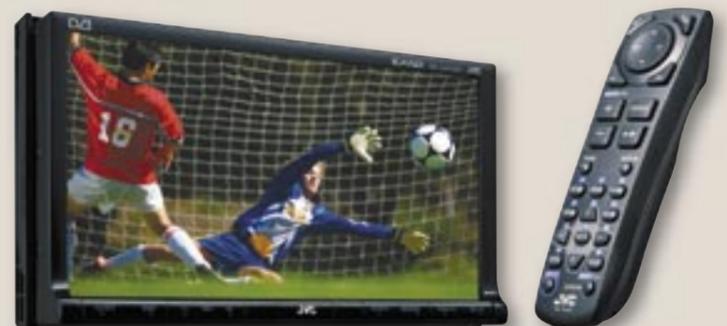
Das neue Doppel-DIN Multimedia-/Navi-Center KW-NT1 von JVC bietet dem Autofahrer laut Hersteller beste Unterhaltung, präzise Informationen und erleichtert obendrein die mobile Kommunikation. Dank seines großen, zur Sicherheit abnehmbaren 6,1“ Widescreen-Touch-Panels hat der Fahrer immer alles im Blick und die Steuerung des Receivers, des DVD-/CD-Players sowie der anschließbaren Geräte bzw. Medien wie iPod, USB-Player und SD-Card unter Kontrolle. Der inte-



grierte Navigationsspeicher enthält das Kartenmaterial von über 30 Ländern, kennt mehr als 2,2 Millionen Sonderziele (POI), Spurwechselhinweise und Geschwindigkeitsbegrenzungen. Auch die direkte Suche nach POIs, Adressen, Postleitzahlen und Koordinaten ist möglich. Die Routenführung erfolgt in 16, die Sprachausgabe in neun Sprachen. Der Navi-Receiver arbeitet mit dem hochempfindlichen EGNOS GPS-System sowie einem RDS-TMC-Tuner. Dank integrierter Bluetooth-Technologie stehen für den Fahrer die Sicherheit einer Freisprecheinrichtung ohne Ablenkung sowie kabelloser Musikkomfort zur Verfügung. Neben der Vielfalt der abspielbaren Formate, die sich durch die Anschlussmöglichkeiten der verschiedenen Medien ergibt, bietet das Gerät noch

einen Front AUX-Anschluss. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung für das KW-NT1 beträgt 1.299 Euro.

Der neue Doppel-DIN DVB-T-/DVD-/CD-/USB-Receiver KW-AVX72DT fällt durch ein zukunftsweisendes 7“-Widescreen-Touch-Panel und einen DVB-T-Tuner auf. Neben den großen Tasten am unteren Rand steht der als berührungsempfindliches Touch-Pad ausgelegte Bildschirm für die Steuerung der Anlage zur Verfügung. Die innovative „Motion-Sensor“-Funktion schaltet mittels Bewegungs- bzw. Näherungssensor das Display erst ein, wenn man sich ihm mit der Hand nähert und blendet dann die Bedienelemente und das Menü ein. Der Receiver ist mit einem USB-Anschluss ausgestattet, der nicht nur für klassische USB-Geräte, wie Player, HDD oder USB-Flash-Memory geeignet ist, sondern auch iPod-/iPhone-kompatibel. Darüber hinaus lassen sich sogar (mittels eines optionalen Kabels) iPhone-Videos abspielen. Außerdem kann das neue Gerät mit einem (optionalen) Bluetooth-Adapter aufgerüstet werden. So stehen dem Fahrer alle Vorteile dieser drahtlosen Kommunikationsform zur Verfügung, d. h. mit entsprechenden Mobiltelefonen das Freisprechen und Audio-Streaming wie auch die Meldung bei SMS-Eingang. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung für den Multimedia-Receiver KW-AVX72DT beträgt 849 Euro. www.jvc.de



garantiert mit „Newest Maps“, dass das Kartenmaterial der Geräte zum Kaufzeitpunkt auf dem neuesten Stand ist. Gibt es zum Zeitpunkt des Navikaufs bereits eine neue Kartenversion, kann der Kunde sich diese bis zu 30 Tage nach Kauf kostenlos downloaden. Und das Kartenmaterial bleibt auf

dem F12 die nächsten zwei Jahre immer aktuell, dafür sorgt ein Karten-Abo, das im Preis des Navis bereits begriffen ist. www.falk.de

iPhone Nutzer können jetzt die TomTom App im App Store kaufen

TomTom App für das iPhone kann ab sofort im iTunes App Store von Apple erworben werden. „Mit dieser Anwendung können Millionen von iPhone Nutzern von der einfachen und intuitiv zu bedienenden Oberfläche, einer echten ‚Turn-by-Turn‘ Navigation und der einzigartigen Routing-Technologie profitieren, auf die sich unsere 30 Millionen TomTom Nutzer von portablen Navigationssystemen jeden Tag verlassen“, sagte Corinne Vigreux, Managing Director von TomTom. Die TomTom App für das iPhone 3G und das iPhone 3GS ist mit umfangreichem Kartenmaterial von Tele Atlas als Download unter <http://www.tomtom.com/tomtom-app> ab 69,99 Euro inkl. MwSt. erhältlich. Die TomTom App für das iPhone bietet die exklusive IQ Routes Technologie. IQ Routes ermittelt die Fahrzeit einer Route nicht auf Basis von Annahmen, sondern auf Basis tatsächlich erreichter Durchschnittsgeschwindigkeiten von Millionen von TomTom Nutzern. Die TomTom App für das iPhone beinhaltet außerdem eine umfangreiche Datenbank mit Blitzer POIs für elf Länder. www.tomtom.de

Garmin nüvi 465T berücksichtigt die speziellen Bedürfnisse von LKW- und Transporter-Fahrern

Garmin hat mit dem nüvi 465T sein erstes mobiles Navigationsgerät speziell für LKWs und Transporter vorgestellt. Das Gerät bietet Navigationsfunktionen, die speziell für die besonderen Anforderungen bei der Streckenplanung und Orientierung von Fernfahrern zugeschnitten sind. Dazu gehören neben Angaben zu Höhe, Breite, Länge oder Gewicht der Fahrzeuge auch spezielle Vorschriften für Gefahrguttransporte. So schließt das Gerät beim Routing zu kleine und schmale Straßen, Tunnels oder Brücken aus. Anhand der eingegebenen Abmessungen des LKWs und dessen Lastenbeschränkungen, passt das nüvi 465T die Streckenwahl entsprechend dem individuellen LKW-Profil auf Basis der verfügbaren Kartendaten an, um die jeweils bestmögliche Route zu finden.



Mit speziellen Truck POIs haben LKW-Fahrer Zugriff auf individuell für sie zugeschnittene POIs wie beispielsweise Truck-Stoppes oder spezielle LKW-Tankstellen. Zusätzlich zu diesen Angaben, die regelmäßig aktualisiert und erweitert werden können, enthält

die umfangreiche POI-Datenbank Informationen über Hotels, Restaurants, Geldautomaten, Werkstätten, Einkaufsmöglichkeiten, Ärzte, Freizeit, Nachtleben und vieles mehr. Das nüvi 465T zeigt mit einem Warn-

signal auf dem Display besondere Streckenabschnitte an, um den Fahrer frühzeitig auf gefährliche Kurven, Fahrbahnverengungen oder steile Anstiege bzw. Gefällstrecken aufmerksam zu machen. Damit der Fahrer die vor ihm liegende Strecke stets im Blick und unter Kontrolle hat, leitet ihn der Fahrspurassistent auch an unübersichtlichen Autobahnkreuzen auf die richtige Abbiegespur. Das nüvi 465T ist mit einem hochauflösenden 4,3-Zoll-Touchscreen und Kartenmaterial für 41 Länder West- und Osteuropas ausgestattet. Die Anzeige der Strecke erfolgt wahlweise in 2D-/3D-Ansicht und enthält Tempolimits für die meisten Hauptverkehrsstraßen. Dank der Ansage der Straßennamen erhält der LKW-Fahrer für jede Abzweigung auch ausführliche Sprachansagen wie zum Beispiel „Biegen Sie nach 200 Metern links ab in die Goethestraße“. Damit im Führerhaus beim Telefonieren

auch unterwegs die Hände am Steuer bleiben, bietet das nüvi 465T Bluetooth-Technologie. Ein integrierter europaweiter Premium Verkehrsfunkempfänger mit unbegrenzter TMCpro-Lizenz ohne Folgekosten gehört standardmäßig zum Lieferumfang des nüvi 465T. Bei Fahrten mit mehreren Zwischenstationen kann das nüvi 465T eine effiziente Strecke zwischen den verschiedenen Zielen berechnen. Zudem kann sich der Fahrer jederzeit mittels der Funktion „Wo bin ich?“ die genauen Koordinaten seines Aufenthaltsorts anzeigen lassen. Ebenso die nächstgelegenen Krankenhäuser, Polizeireviere, Tankstellen, Straßennamen und Kreuzungen. Das nüvi 465T wird voraussichtlich im vierten Quartal zu einem unverbindlich empfohlenen Verkaufspreis von 399 Euro erhältlich sein. www.garmin.de

Mit der Doppelflat günstig telefonieren und surfen.

NEU!
BASE 2 Doppelflat

25€
pro Monat*



Nokia N97



BASE

Die neue Redefreiheit

* Angebot gilt nur bei Abschluss eines Mobilfunkvertrages im Tarif BASE 2 Doppelflat, 24 Monate Mindestlaufzeit, einmaliger Anschlusspreis 35,- €. Monatlicher Paketpreis 25,- €. Inlandsgespräche zur eigenen Mailbox sowie zu BASE, E-Plus, simyo, AY YILDIZ und ins deutsche Festnetz inklusive, sonst innerdeutsche Gespräche in andere Handy-Netze 0,29 €/Min.; Minutentakt. Surfen im E-Plus UMTS- und GPRS-Netz mit einem UMTS- bzw. GPRS-fähigen Mobiltelefon ohne angeschlossenen Computer inklusive (außer Roaming- und Auslandsverbindungen). Nicht für WLAN und Voice over IP nutzbar. Ab einem Datenvolumen von 250 MB pro Kalendermonat steht GPRS-Bandbreite (max. 56 kbit/s) zur Verfügung. Innerdeutsche SMS in Handy-Netze: 0,19 €/SMS. Hotline: 1,49 €/Anruf. Für Sondernummern und (Mehrwert-)Dienste gelten jeweils andere als die hier angegebenen Preise.



Die Krise: Not macht erfinderisch

Das innovative Produkt wird gewinnen

Die Krise ist im wesentlichen eine problematische, mit einem Wendepunkt verknüpfte Entscheidungssituation, oder anders formuliert: In der Krise muss man sich entscheiden, wie es weitergehen soll, weil es so wie bisher nicht mehr funktioniert.

Über die Ursprünge der Krise zu lamentieren, sich zu ärgern, Ängste zu haben oder windigen Finanzjongleuren und kurzsichtigen Politikern sonst etwas zu wünschen, ist legitim, hilft aber nicht weiter. Man sollte sich vielmehr die Frage stellen, ob die Entwicklungen der letzten Jahre so oder so nicht bald ein Ende gefunden hätten.

Aus der Distanz fiel es uns in den letzten Monaten leicht, dem Konsumverhalten der US-Amerikaner und deren maßloser Verschuldungsideologie mit Kopfschütteln zu begegnen. Doch sieht es in anderen Märkten, auch bei uns, nicht vergleichbar aus? Hat die Krise nicht auch uns aus einem Konsum(alp)traum gerissen, in dem wir glaubten, alles haben zu müssen und vermeintlich auch haben zu können?

Ob Klingeltöne im Spar-Abo, noch mehr Bildschirmdiagonale für Superstar-TV, mehr PS im Zweitwagen oder Möbelkauf mit 18 Monaten Zahlungsziel: „Kauf

Dich glücklich“ war die Devise. Doch nun, da der Traum vorüber ist, stellen wir fest, dass wir viele Dinge, die uns umgeben, gar nicht benötigen. Als Resultat leben wir seit einigen Monaten in einer Welt, in der (endlich) überlegt wird, was man wirklich braucht und kauft, Tendenz steigend.

Hier liegen die Chancen

Jeder Entscheider, jedes Unternehmen, ob Mittelständler oder Konzern, muss sich nun fragen, welche Konsequenzen aus der aktuellen Situation zu ziehen sind.

Eine Konsequenz ist: Die Finanzkrise darf für Unternehmen nicht in eine Produktkrise münden.

Unternehmen werden nach wie vor Produkte und Dienstleistungen anbieten und Konsumenten werden diese kaufen, wenn auch in einem reduzierten Umfang.

Ob ein Kauf



Dirk Hagen Zimmermann gründete vor 10 Jahren die Innovationsagentur marktunddesign und entwickelt mit seinem Team Produkte, Marken- und Kommunikationsstrategien für Unternehmen aus nahezu allen Branchen.

notwendig ist, werden die Konsumenten zunehmend überdenken, sie werden sich zu hinterfragen, den Konsumenten entwickeln. Auswahlkriterien wie Funktionalität, Qualität und ein langer Gebrauchswert werden im Fokus stehen und die Marken- und Produktlandschaften mittelfristig stark beeinflussen.

Beim Automobil ist dieser Wertewandel und die für viele Hersteller resultierende Produktkrise deutlich erkennbar; plötzlich sprechen wir nicht mehr von Hubraum und Ausstattungspaketen, sondern von Spritsparen und von Umweltverträglichkeit.

Wenn sich Kaufmotive ändern, so betrifft das auch immer den Handel, der die neuen Auswahlkriterien für ein Produkt mit der nötigen Beratungsqualität und perfektem

Service reflektieren muss, in allen Branchen und in allen Bereichen. So wird der Handel in der Unterhaltungselektronik nicht mehr nur ein Pfadfinder im digitalen Dschungel sein, der über Pixel, Bilddiagonale und Preis flache Kisten empfiehlt. Vielmehr wird der Handel, wie jetzt schon beim Automobil, lernen, auch über andere Kaufmotive zu sprechen, Energieverbrauch und Ökologie machen hier nur den Anfang.

Fazit: Unternehmen, die jetzt abwarten und notwendige Entwicklungen anstehender Produktgenerationen und Neu-Positionierungen ihrer Dienstleistungen aufschieben, werden in naher Zukunft Marktanteile gegenüber jenen verlieren, die heute aktiver denn je Produkte und Dienstleistungen für die Bedürfnisse von morgen entwickeln und so gestärkt aus der Krise hervorgehen. Gute Zeiten für Innovationen. www.marktunddesign.com

Resolution+

HD-Feeling jetzt erleben

Die Technologie „Resolution+“ verbessert in einem dreistufigen Prozess die Bildqualität von Standardsignalen. Damit erreicht „Resolution+“ ein mit HD vergleichbares Bild.

www.toshiba.de/consumer

REGZA™

TOSHIBA
Leading Innovation >>>

Photo Imaging News und INTERNATIONAL CONTACT präsentieren:

2. Internationales Business Forum Köln

„Memories are more...“

21. bis 22. Oktober 2009, Kongresszentrum Nord der Koelnmesse

assoziierte Partner:



photokina
world of imaging

**Registrieren Sie sich jetzt für
das Top-Event für Fotohändler
und Bilddienstleister**

Internationale Konferenz

Erfahren Sie aus erster Hand, wie internationale Spitzenmanager die Zukunft der Vermarktung digitaler Bildprodukte sehen und erleben Sie die Präsentation neuer Geschäftsmodelle. Konferenzsprache ist englisch; die Vorträge werden simultan ins Deutsche übersetzt.

GfK Imaging Executive Vorträge „Consumers, convergence, communication“

Am Nachmittag des 21. Oktober präsentiert das Marktforschungsunternehmen GfK im Rahmen des internationalen Business Forums die neuesten Ergebnisse seiner umfassenden Marktforschungsprojekte bei Konsumenten und im Einzelhandel.

Kompaktmesse

Informieren Sie sich auf einer Kompaktmesse direkt an den Ständen der Gold- und Silber-Sponsoren über ihre aktuellen Produkte und Dienstleistungen.

Treffen Sie alte und neue Geschäftsfreunde

Am Abend des 21. Oktober lädt die photokina, weltweite Leitmesse für Foto und Imaging, zu einer Abendveranstaltung im Theater „Tanzbrunnen“ nahe dem Messegelände ein. Nutzen Sie bei gutem Essen und gepflegten Getränken die Gelegenheit, sich mit Kolleginnen und Kollegen auszutauschen und wichtige Lieferanten und Experten zu treffen.

Gastvortrag zur Eröffnung:



Alexandra Gebhardt, Chief Social Strategist, Inside Media Networks, New York, NY, USA

Mehr Umsatz durch soziale Netzwerke

Ob myspace, facebook oder twitter – immer mehr Menschen nutzen soziale Netzwerke dazu, ihre Bilder, Geschichten und Erinnerungen zu veröffentlichen. Als Chefstrategin von Inside Media Networks, einem führenden Technologie-Unternehmen für soziale Netzwerke, kennt sich Alexandra Gebhardt bestens damit aus, wie neue Medien, Web 2.0, Podcasts und Communities genutzt werden können, um die Umsätze im Fotohandel zu steigern. Erfahren Sie, wie Sie mit den neuen Medien loyale Kunden gewinnen können.

Alle Vorträge werden
simultan ins
Deutsche übersetzt.
Sponsor:
RING FOTO

Gold-Sponsoren

cewe
einfach schöne Fotos



Kodak

Lucidiom

Silber-Sponsoren

FotoToGo™

futureLAB

is
ImagingSolutions

Kodak

KOLBUS

Pirelli **DAZZ.com**

TETENAL

bitte umblättern

1. Tag – Mittwoch, 21. Oktober 2009, 8.30–17.30



Dr. Rolf Hollander, Vorstandsvorsitzender der CeWe Color Holding AG, Oldenburg

Die Erfolgsgeschichte des CeWe Fotobuchs

Fotobücher sind die am schnellsten wachsende Kategorie im Bildergeschäft, und das CeWe Fotobuch ist das meistverkaufte Produkt in Europa. Denn der führende Bilddienstleister hat es mit ständigen Innovationen und einem breiten Sortiment zu einem echten Markenartikel gemacht. Dr. Hollander stellt unter anderem die neuesten Ergebnisse der CeWe Marktforschung vor: Bei welchen Gelegenheiten bestellen die Kunden CeWe Fotobücher? Welche Produkte werden von welchen Kunden bevorzugt? Welche Möglichkeiten der Software werden am meisten genutzt? Mit welchen Strategien kann man jetzt und in Zukunft noch mehr Kunden dafür gewinnen, ihr erstes CeWe Fotobuch zu gestalten?



Nicoletta A. Zongrone, General Manager, Retail Systems Solutions, Consumer Digital Imaging Group, and Vice President Eastman Kodak Company, Rochester, New York, USA

It's time to smile – Zeit zum Lächeln!

Viele Fotohändler haben bereits Grund zum Lächeln, denn die digitalen Kunden kommen wieder ins Geschäft – und kaufen mehr als Standardbilder. Als Leiterin des Geschäftsbereichs „Bilddienstleistungen im Fotohandel“ bei Kodak sieht Nicoletta „Nicki“ Zongrone vielversprechende Möglichkeiten, mit Kiosks, intelligenten Bestell-Terminals und „trockenen“ Minilabsystemen eine breite Palette von Bildprodukten anzubieten, darunter das Kodak Fotobuch und die Kodak Picture Movie DVD sowie Collagen, Kalender und Grußkarten – alles im Schnell-service.



Nicolas Series, President von Kis/Photo-Me, Grenoble, Frankreich

Fotobücher aus dem Automaten – sofort

Auf der photokina 2008 stellte Kis/Photo-Me mit dem Photobook Maker den ersten Selbstbedienungs-Kiosk vor, mit dem Fotobücher direkt im Geschäft automatisch produziert werden können. Inzwischen sind die ersten Geräte installiert; Nicolas Series berichtet über die Reaktionen der Konsumenten und über neue Konzepte, wie man mit dem Photobook Maker nicht nur sofort Fotobücher bekommt, sondern auch zufriedene Kunden.



Rainer Bauer, Vorstandsvorsitzender der Imaging Solutions AG, Regensdorf, Schweiz

Mehr Wertschöpfung durch Hochverkaufen

Der Umsatz im Bildergeschäft beginnt mit Standardbildern. In Zeiten sinkender Bilderpreise und schrumpfender Margen ist es wichtig, Kunden, die nach Standardbildern fragen, für wertschöpfungsstarke Bildprodukte zu gewinnen. Ein neues Konzept des Schweizer Spezialisten für Hochgeschwindigkeitssysteme bei Bilddienstleistern soll es möglich machen, den Umsatz mit Standardbildern durch kundenorientiertes Hochverkaufen dramatisch zu steigern – mit minimalen Zusatzkosten.



Helen Wilson-Cremer, Direktor International Business Development, Personello GmbH, Homburg/Saar

Virtuelle Produkt-Videos – ein neues Marketing-Konzept für Fotogeschenke

Viele Kunden zögern bei der Bestellung von Fotogeschenken, weil es ihnen schwerfällt, ein Produkt zu kaufen, das sie vorher nicht gesehen haben. Attraktive Videos, bei denen Fotogeschenke mit den Originalbildern der Kunden dreidimensional gezeigt werden, schaffen ein völlig neues virtuelles Käuferlebnis – und sorgen für Umsatz.



Stephen Giordano, Sr., Vorstandsvorsitzender von Lucidiom Inc., Vienna, Virginia, USA

Das neue Bildergeschäft: Mehr als Prints

Die Wertschöpfung im Bildergeschäft hat sich vom Standardbild über Vergrößerungen und Poster bis zu neuen Bildprodukten entwickelt und reicht heute sogar in virtuelle soziale Netzwerke hinein. Während sich immer mehr Menschen mit ihren Bildern im Internet präsentieren, stellen sich erfolgreiche Dienstleister mit Konzepten für den Einzelhandel und Online-Services auf die Bildwelt von morgen ein. Anhand der Marktdaten von weltweit 55.000 installierten Lucidiom Kiosks erklärt Giordano die neuesten Trends im Bildergeschäft und die Umsatzchancen mit „Social Picturing“.



Holger May, Category Manager, Retail Publishing Solutions, IPG EMEA, Hewlett-Packard GmbH, Böblingen
Pierre Meleuc, Indigo Photo Segment Manager, IPG EMEA, HP Frankreich, Issi-les-Moulineaux, Frankreich

HP und die Zukunft des Fotofinishing

In dieser Präsentation erklären die beiden HP Manager ihr Konzept für das Bildergeschäft in Europa und zeigen auf, wie Fotohändler und Fotodienstleister vom Zusammenwachsen von Fotofinishing und Druck profitieren können. Anhand von Fallstudien stellen sie dabei die wichtigsten Erfolgsfaktoren und die besten Lösungen für Bilddienstleistungen im Fotohandel und im Internet dar.

H. May

P. Meleuc



GfK Imaging Executive Vorträge: „Consumers, convergence, communication“



Liz Cutting, Direktor, Imaging Analyst of the NPD Group, Inc., Port Washington, New York, USA

Gute Aussichten – neue Bilddienstleistungen im Blick der Konsumenten

Mit 16 Jahren Erfahrung in Marktforschung und Marketing analysiert Liz Cutting den Imaging-Markt für die NPD Group, das amerikanische Partnerunternehmen der GfK. Sie erklärt, welche Rolle digitale Bilder im Leben der Konsumenten spielen, wie sie ihre Aufnahmen in sozialen Netzwerken nutzen, für Fotobücher verwenden oder per E-Mail verschicken. Mit der richtigen Präsentation von Bilddienstleistungen im Geschäft und im Internet kann die Nachfrage nach wertschöpfungsstarken Bildprodukten weiter gesteigert werden – und auch die Nutzung digitaler Fotos mit digitalen Bilderrahmen und HD-Fernsehern bietet zusätzliche Chancen.



Matt Gibbs, Account Director for Photo and Imaging Products, GfK U.K.

Vom Fotolabor zum Cyberspace – die Evolution der Nutzung von Bildern

Erfahren Sie vom Imaging-Spezialisten der britischen GfK Tochtergesellschaft, welchen Einfluss soziale Netzwerke darauf haben, wie die Konsumenten ihre Bilder nutzen – und entdecken Sie neue Wege, diesen Trend für Ihre Umsätze zu nutzen.



Marion Isabel Knoche, Global Director, GfK Retail and Technology GmbH & Co. KG, Nürnberg

Kommunikation mit Bildern

Die neuesten Marktforschungsergebnisse der GfK machen deutlich, wie Konsumenten fotografieren, ihre Bilder speichern und anderen zeigen. Mit drei Jahrzehnten Erfahrung in der Analyse des Foto- und Imaging-Marktes stellt Marion Knoche dar, wie immer mehr Konsumenten mit ihren digitalen Bildern kommunizieren und dabei zunehmend mobile digitale Geräte einsetzen sowie das Internet und den Fernseher nutzen.

**19.00 UHR: GROBE ABEND-
VERANSTALTUNG AUF EINLADUNG
DER PHOTOKINA**

2. Tag – Donnerstag, 22. Oktober 2009, 8.00–16.30



M. Pötter

Ein außergewöhnlicher Start: Junge Unternehmer definieren „Memories are more...“

Anabel Erhardt (Foto Erhardt, Westerkappeln)
Michael Pötter (Foto Pötter, Oelde)
Catharina Schorcht (Ringfoto Schorcht, Gütersloh)
Moderator/Animateur: Martin Wagner, Verkaufsleiter Ringfoto GmbH & Co. KG, Fürth



M. Wagner



C. Schorcht

Über die Zukunft des Fotohandels wird viel gesprochen – in diese Debatte schalten sich jetzt die Fotohändler von morgen ein. Drei junge Talente – Mitglieder von Ringfoto – präsentieren ihre Ideen, wie man mit Erinnerungen Geld verdienen und dafür soziale Netzwerke, Internet-Communities und mobile Anwendungen nutzen kann. Und sie formulieren deutlich, welche Unterstützung sie dafür von Herstellern und Dienstleistungsunternehmen erwarten.



Stephan Stein, Geschäftsführer Japan Photo, Oslo, Norwegen

Den Fotohandel neu erfinden

Die Digitaltechnik hat den größten Teil des traditionellen Bildergeschäftes weggenommen, andererseits aber vielversprechende neue Bildprodukte hervorgebracht. In nur wenigen Jahren ist es Japan Photo, einer führenden Fachhandelskette in Norwegen und Schweden, gelungen, personalisierte Bildprodukte und Fotobücher zu wichtigen Umsatzsäulen zu machen. Erreicht wurde das mit Marketingstrategien, die attraktive Präsentationen im Geschäft mit Online-Aktivitäten verbinden und sogar den Verkauf von Kameras für wachsende Umsätze im neuen Bildergeschäft nutzen.



Michael Gleich, Hauptgeschäftsführer Ringfoto GmbH & Co. KG, Fürth

Retailing is more... (Fotohandel ist mehr...)

In einer Podiumsdiskussion diskutiert Ringfoto Hauptgeschäftsführer Michael Gleich mit Repräsentanten anderer Handelsformen, Lieferanten und Dienstleistern über die Möglichkeiten für erfolgreiche Fachhändler in der digitalen Welt.



Mitch Goldstone, Vorstandsvorsitzender von ScanMyPhotos.com

Twitter: Der neue Weg zu Wachstum im Bildergeschäft

Wie der Bildsensor den Film, so könnte Twitter die klassischen Gelben Seiten ersetzen. Denn Twitter ist kostenlos und ermöglicht einen diskreten Dialog mit den Kunden. ScanMyPhotos.com, von Mitch Goldstone 1990 als klassisches Minilab-Geschäft gegründet, gilt heute als Musterbeispiel dafür, wie ein Fotohändler soziale Netzwerke für neue Wege im Bildergeschäft nutzen kann. Mit amerikanischem Pragmatismus stellt Goldstone Konzepte vor, die sich sofort im eigenen Geschäft umsetzen lassen.



Christoph Bochsler, Vice-President Marketing and Sales, futureLAB AG, Winterthur, Schweiz

Die neue Welt der Bilder: Lösungen für das Internet, TV und für mobile Geräte

Mit 16 Jahren Erfahrung in der High-Tech-Industrie präsentiert Christoph Bochsler Lösungen für Cross-Media-Angebote vom Fotobuch über digitale Diaschauen bis hin zu Videos und Animationen. Ein besonderer Schwerpunkt liegt auf der Nutzung verschiedener Medien und Geräte. Fallstudien führender Anbieter wie Swisscom machen die Rolle deutlich, die unterschiedliche Plattformen wie das Internet, mobile Netzwerke, TV und natürlich Print in der Bilderwelt spielen können.

Komplettes Programm auf www.pos-mail.de

Photo Imaging News®



Alle Vorträge werden simultan ins Deutsche übersetzt. Sponsor:



2. Internationales Business Forum Köln

„Memories are more...“

21. bis 22. Oktober 2009, Kongresszentrum Nord der Koelnmesse

Associated partners:



Gold-Sponsoren:



Anmeldung

1. Dauerkarte

Beide Konferenztage 21. und 22.10.2009

Regulärer Preis Euro 800

Ermäßigter Preis Euro 600

Sonderpreis für Ringfoto-Mitglieder Euro 400

2. Tageskarte

21. Oktober (inklusive Abendveranstaltung)

Regulärer Preis Euro 500

Ermäßigter Preis Euro 350

Sonderpreis für Ringfoto-Mitglieder Euro 250

3. Tageskarte

nur 22. Oktober 2009

Regulärer Preis Euro 400

Ermäßigter Preis Euro 250

Sonderpreis für Ringfoto-Mitglieder Euro 250

Fax: +49-2102-202790

Hiermit melde ich mich/melden wir uns verbindlich an.

Name:

Funktion im Unternehmen:

Firma:

Straße/Hausnummer:

PLZ/Ort:

E-Mail: Telefon:

Fax: Unterschrift:

Zahlungsweise:

Visa

MasterCard

Kartennummer: Gültig bis:

Unterschrift: Bitte senden Sie eine Rechnung

Alle Preise verstehen sich zzgl. 19% MwSt.

Hotel-Reservierung

Es steht eine begrenzte Anzahl von Zimmern in drei Hotels in unmittelbarer Nähe des Koelnmesse Kongresszentrums Nord zur Verfügung.

Bitte reservieren Sie mir:

Einzelzimmer: Doppelzimmer:

Ankunft: Abreise:

Leistungen:

Jede Eintrittskarte berechtigt zum Besuch aller Vorträge und der Kompakmesse, schließt Kaffeepausen und Mittagessen ein sowie die Teilnahme an der Abendveranstaltung (nur 1. Tag). Ebenfalls im Preis eingeschlossen ist eine CD mit allen Präsentationen (in englischer Sprache), die nach der Veranstaltung versandt wird. Kosten für Hotelzimmer und Anreise gehen zu Lasten des Teilnehmers.

Ermäßigungen:

Die ermäßigten Preise gelten für Aussteller der photokina 2008, Mitglieder des Photoindustrie-Verbandes, Kunden der GfK (ID Code bitte angeben) und Mehrfach-Anmeldungen von derselben Firma. Mitglieder von Ringfoto erhalten einen speziellen Sonderpreis.

Pressekarten:

Eine begrenzte Anzahl von kostenlosen Pressekarten steht interessierten Journalisten zur Verfügung. Weitere Informationen: b.klombs@cat-verlag.de.

Rücktritt:

Ein kostenloser Rücktritt von der Anmeldung ist bis zum 1. Oktober 2009 möglich. Eventuell bereits bezahlte Beträge werden erstattet.

Für eine Zimmerreservierung mit Kreditkartenzahlung ist eine gültige E-Mail Adresse notwendig. Bitte belasten Sie folgende Kreditkarte (wenn abweichend von o. a. Kreditkarte):

Visa MasterCard

Kartennummer:

Gültig bis:

Unterschrift:

Bitte senden Sie dieses Formular an:

Fax: +49-2102-202790

z. Hd. Barbara Klomps

E-Mail: b.klombs@cat-verlag.de

Postadresse:

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Postfach 1229

40832 Ratingen

Silber-Sponsoren:



Neue Exilim Digitalkameras auf der IFA

Drei für den Umsatz

Mit drei neuen Exilim Digitalkameras läuft sich Casio auf der IFA für die verkaufstarke Weihnachtssaison warm. Die drei neuen Modelle fallen in die umsatzstarke „Brot und Butter“-Kategorie und bieten dem Fachhandel mit neuen Exilim-Technologien gute Verkaufsargumente, darunter ein intelligentes Autofokus-System und verbesserte Dynamik Photo Funktionen.

Die neuen Kameras heißen Exilim Zoom EX-Z450, Zoom EX-Z90 und Zoom EX-Z280 und haben alle eine Auflösung von 12,1 Megapixeln. Die von Casio im Frühjahr für einige Exilim-Modelle eingeführte Dynamic Photo Funktion, mit der bewegliche Motive in ein Foto eingefügt werden können, wurde bei den drei Neuen deutlich verbessert und komfortabler gestaltet. So sind nicht mehr in jedem Fall zwei Aufnahmen notwendig, sondern ein sich bewegendes Motiv braucht nur einmal aufgenommen zu werden,



Der Brennweitenbereich des 4fach-Zoomobjektivs der neuen Exilim EX-Z280 beginnt bei 26 mm (KB-äquivalent).

wenn der Hintergrund gleichmäßig und einfarbig ist, und wird dann automatisch ausgeschnitten. Um dieses Motiv in das neue Foto einzufügen, kann der Anwender es vergrößern oder verkleinern. Zudem wird der Dynamic Photo-Clip bereits in der Kamera

– und nicht wie bisher auf dem Umweg über das Internet – in das Motion JPEG Filmformat umgewandelt und kann mit Hilfe der PC-Software Dynamic Photo Manager mühelos als E-Mail-Anhang versandt werden. Um die Kunstwerke aufzuwerten, bieten die neuen Kameras eine Auswahl aus acht vorinstallierten und unterschiedlich bewegten Grafiken (zum Beispiel Herzen oder Dinosaurier); zudem können unbewegte Hintergrundbilder vom PC aus auf die Kamera geladen werden. Auf einer mitgelieferten CD-ROM stehen über 150 weitere bewegte oder unbewegte Grafiken zur Verwendung mit der Dynamic Photo Funktion zur Verfügung.



Die neuen Exilim Modelle EX-Z450 (oben) und EX-Z90 (links) sind mit einem neuartigen intelligenten Autofokus-System ausgestattet.

Schnelle Datenverarbeitung

Alle drei neuen Exilims sind mit der neuen Exilim Engine 4.0 ausgestattet, deren Schnelligkeit nicht nur für kurze Reaktionszeiten sorgt, sondern auch der Bildqualität dient, besonders durch eine effiziente Rauschunterdrückung bei hohen Empfindlichkeiten. Sie reichen bei der Z450 und der Z280 bis 3.200 ISO, bei der Z90 bis 1.600 ISO. Alle drei neuen Exilim Kameras nehmen auch HD-Videofilme (720p) bis zu einer Länge von 10 Minuten auf.

Intelligenter Autofokus

Sowohl die Exilim Zoom EX-Z450 als auch die EX-Z90 sind mit einem intelligenten Autofokus-

System ausgestattet, das nicht nur Gesichter und Menschen, sondern auch andere Motive automatisch erkennt und Schärfe sowie Belichtung automatisch einstellt. So wird die Zahl von unscharfen Fotos von Haustieren, Landschaften oder Gebäuden wirksam reduziert.

Die Exilim EX-Z450 ist mit einem 28–112 mm (KB-äquivalent) 4fach-Zoomobjektiv ausgestattet und kommt im September in fünf verschiedenen Farbvarianten zum UVP von 229 Euro auf den Markt.

Die Exilim EX-Z90 bietet ein 3fach-Zoomobjektiv (35–105 mm/KB-äquivalent) in einem sehr kompakten Gehäuse mit Abmessungen von 89,7 x 51,7 x 19,4 mm. Sie ist seit Ende August in sechs verschiedenen Farbvarianten zum UVP von 179 Euro im Handel. Eine Weitwinkel-Anfangsbrennweite von 26 mm (KB-äquivalent) und ein 4fach-Zoomobjektiv kennzeichnen die neue Exilim Zoom EX-Z280.

Komfortable Automatik-Funktionen wie CCD-Shift Bildstabilisierung, Gesichtserkennung, Make-up Modus und Easy Mode machen das Fotografieren sicher und einfach. Auch dieses Modell ist seit Ende August lieferbar, und zwar in drei verschiedenen Farben zum UVP von 199 Euro. www.casio.de

UE



Movie Cube S120H von Emtec

Mit dem Movie Cube S120H bringt Emtec eine Full-HD Multimedia-Festplatte mit einer Auflösung von bis zu 1.080p auf den Markt. Alle Multimedia-Dateien sind mit dem Movie Cube S120H leicht und übersichtlich zu archivieren sowie zu verwalten. Filme, Fotos und Musik lassen sich so problemlos in den eigenen vier Wänden abspielen. Der Multimedia-Player kann waagrecht und senkrecht aufgestellt werden. Gesteuert wird der Movie Cube über die Fernbedienung. www.dexxon.eu

Premiumkopfhörer T1 von beyerdynamic

Die von Grund auf neu konstruierten Schallwandler, die im Topmodell T1 von beyerdynamic Premiere feiern, erreichen eine extrem hohe Antriebsleistung von über einem Tesla. Das ist unge-



fähr doppelt so viel, wie normale Kopfhörer-Wandlersysteme erzielen. Die Membranspule kann extrem filigran ausfallen und erreicht trotzdem einen hohen Wirkungsgrad. Somit gibt der T1 jede Nuance mit äußerster Präzision wieder und klingt absolut transparent, räumlich und verzerrungsfrei. Als Flaggschiff des beyerdynamic-Premiumline-Programms wird jeder Hörer einzeln von Hand in Heilbronn gefertigt. Zusammen mit dem Kopfhörer-Verstärker A1 bildet der T1 ein Dream Team für Hifi-Enthusiasten. Der T1 ist ab Mitte November im Handel und wird 880,- Euro kosten. www.beyerdynamic.de

Samsung startet Online-Trainingsplattform

Samsung hat für den Fachhandel in Deutschland eine exklusive Trainingswebsite entwickelt. Händler können sich ab sofort anmelden, um ihre Kenntnisse zu den neuesten Samsung Produkten und Technologien zu erweitern. Einfache und präzise Erklärungen der Produktmerkmale zeigen den Kundennutzen auf und bieten Verkaufsargumente. Zur Umsatzsteigerung empfiehlt das neue Online-Verkaufstraining zu jedem TV ein Partnerprodukt im Bereich Audio/Video. Für alle Fragen rund um die Samsung Produktwelt und Technologien steht die Website jederzeit als Nachschlage-

werk zur Verfügung. „Wir freuen uns, dass wir unsere Handelspartner mit einer ansprechenden und effektiven Trainingswebsite unterstützen können. Damit ist Samsung auf dem besten Weg, sich einen Spitzenplatz beim Online-Training in Deutschland zu sichern“, sagt Hans Wienands, Samsung Business Director CE. www.samsungtrainer.com

iPod-Lautsprecherdocks von Logitech

Der neue Logitech Rechargeable Speaker S315i bietet mit nur einer Akkuladung bis zu 20 Stunden Musik im Energiesparmodus. Wenn die Soundstation an



das Stromnetz angeschlossen ist, lädt sie gleichzeitig den iPod oder das iPhone auf und spielt die Musik. Mit dem flachen Design – der S315i ist nur ca. 5 cm tief – und den robusten Metallabdeckungen ist die Ladestation für die harten Anforderungen des Transports im Koffer, Rucksack oder Auto bestens geeignet. Der Rechargeable Speaker S315i ist für das iPhone sowie für jedes iPod-Modell mit dem Apple Universal Dock Connector

geeignet. Darüber hinaus ist das Gerät mit einer Standard-3,5-mm-Klinkenbuchse ausgestattet. Damit kann jeder MP3-Player oder auch der PC oder ein CD-Player angeschlossen werden. Der Speaker ist ab September für 99,99 Euro erhältlich. www.logitech.de

HDMI-Verteiler zur Wandmontage von Gefen

Der Gefen Mini 1:8 HDMI 1.3 Splitter eignet sich für die Wandmontage und bietet aufgrund seiner kompakten Bauform völlig neue Möglichkeiten bei der Integration von HDMI. Er unterstützt Auflösungen bis 1.080p/60 mit Deep Color und verarbeitet die Audioformate LPCM 7.1 Audio, Dolby Digital Plus, Dolby TrueHD und DTS HD Master Audio. Für die Überwindung langer Strecken nutzt der Gefen Mini HDMI 1.3 integrierte Kabel-Equalizer. Der GTV-MHDMI 1.3 ist ab sofort verfügbar. www.gefen.de

Stromsparlösungen von HiSAVER

Die neue Steckerleiste von HiSAVER besitzt einen externen, intelligenten Bewegungssensor, der angeschlossene Verbraucher auf gerade einmal 0,2 Watt Standby-Power herunterfährt, wenn der Sensor nach 10 Minuten keine Bewegung feststellt. Die Mastersteck-

dose wird vom Bewegungssensor nicht automatisch runtergefahren. Das System ist mit über 3.000 Joule gegen Spannungsspitzen und Blitzeinschläge abgesichert. „HiSAVER“ ist zum Preis von 99,- Euro erhältlich. www.hisaver.com

Kenwood Kompaktsystem K-323

Das One Box System K-323 bietet AAC-, WMA- und MP3-Wiedergabe inklusive TAG-Anzeige und neben einem hochwertigen CD-Player und RDS-Tuner Anschlüsse für externe Musikquellen. Über einen USB-Port, optischen Digital- und Analogeingang sowie den D.Audio-Anschluss können praktisch alle USB-Speichermedien und portab-



len Audioplayer andocken, über die optionale Docking-Station PAD-iP7 die aktuellen iPod-Player samt Steuerung der wichtigsten Funktionen per Fernbedienung. Dank „DTS Surround Sensation“-Technologie generiert das K-323 mit nur zwei Lautsprechern ein dreidimensionales Klangbild, das über den klassischen Stereoeindruck hinausgeht und Surround-Feeling vermittelt. www.kenwood.de

Nikon mit vier innovativen Coolpix Modellen auf der IFA



Weltneuheit: Die Nikon Coolpix S1000pj ist die erste Digitalkamera mit eingebautem Projektor.

Nikon stellt auf der IFA neue Coolpix Kompaktkameras vor, die besondere Verkaufsargumente bieten. Unter den neuen Modellen ist mit der Weltneuheit Coolpix S1000pj die erste Digitalkamera mit eingebautem Projektor. Die Coolpix S70 zeichnet sich durch neuartige OLED-Touchscreen-Technologie aus, und das Modell S640 wird von Nikon als „schnellste Coolpix der Welt“ bezeichnet.

Alle vier neuen Nikon Kompaktkameras gehören zur 12-Megapixel-Klasse und bieten einen 5fach-Zoombereich von 28–140 mm (KB-äquivalent) mit je nach Modell unterschiedlichen Lichtstärken. Als handliche Kompaktmodelle wurden sie besonders für den unbeschweren Schnappschuss konstruiert. Dabei hat Nikon alle vier Neuheiten mit dem „Smart Portrait System“ ausgestattet, das für die besonders gelungene Wiedergabe von Gesichtern sorgen soll. Es kombiniert Gesichtserkennung, Lächel-Automatik und Blinzel-Prüfung sowie Blinzel-Warnung mit der automatischen Beseitigung roter Augen und einer neuen Haut-Weichzeichnungsfunktion. Diese – vom Hersteller mit dem schönen Namen „Nikon Beauty-Lounge“ versehen – nutzt die Gesichtserkennung für eine gezielte Retusche



Die erste mit Projektor

von kleinen Schönheitsfehlern wie Hautunreinheiten oder Fältchen und schmeichelt so dem Motiv. In allen neuen Coolpix Modellen sorgt das Expeed Bildverarbeitungssystem für schnelle Datenübertragung und wirksame Rauschunterdrückung.

Mit Projektor: Coolpix S1000pj

Die spektakulärste Weltneuheit in der neuen Coolpix Familie ist zweifellos das Modell S1000pj – die erste Digitalkamera mit eingebautem Projektor. Damit können die Bilder mit einer Diagonalen von ca. 13 cm bis ca. 1 m (abhängig von den Lichtverhältnissen im Raum) an die Wand geworfen und damit bequem von mehreren Personen betrachtet werden. Für die richtige Kamera-, pardon Projektorposition sorgt der im Lieferumfang enthaltene Standfuß. Die Projektorfunktion wird mit einem einfachen Knopfdruck an- bzw. ausgeschaltet.

Mit ihrem 2,7“ (6,9 cm) großen TFT LCD-Monitor und VR-Bildsta-

bilisator kann sich auch die weitere Ausstattung der Coolpix S1000pj sehen lassen. Die Kamera kommt in den Farben Aluminiumsilber oder Mattschwarz ab Mitte September zu einem empfohlenen Verkaufspreis von 429 Euro auf den Markt.

Mit OLED-Touchscreen: Coolpix S70

Kunden mit einem Faible für neue Technik werden sich sicher für die neue Nikon Coolpix S70 interessieren: Sie ist mit einem neuartigen OLED Multi-Touchscreen (3,5“/8,9 cm) ausgestattet, das sich nicht nur durch besonders leuchtende Farben und hohe Schärfe auszeichnet, sondern auch die Bedienung der Kamera sehr komfortabel macht. So können ganze Fotoalben mit der Fingerspitze durchsucht bzw. durchgeblättert werden. Zudem bietet das berührungsempfindliche OLED-Display eine „Touch-Shutter-Funktion“: Zum Scharfstellen und Auslösen wird einfach am Monitor auf das gewünschte Motiv getippt.

Für brillante bewegte Bilder bietet die Coolpix S70 eine HD-Videofunktion (720p); die Übertragung der Bilder zum

Fernsehgerät ist dank der HDMI-Mini Schnittstelle besonders komfortabel. Das neue Modell ist voraussichtlich im September zu einem empfohlenen Preis von 379 Euro lieferbar, und zwar mit rotem oder schwarzem Gehäuse.

Die schnellste: Coolpix S640



Die Coolpix S640 ist die bislang schnellste Nikon Kompaktkamera.

Ein Autofokus-Tempo wie bei einer digitalen Spiegelreflexkamera zeichnet die neue Nikon Coolpix S640 aus und macht sie zum schnellsten Familienmitglied. Zudem bietet sie nach Angaben von Nikon die kürzeste Einschaltzeit aller Kompaktkameras mit 28 mm Zoomobjektiv und optischem Bildstabilisator. Dabei ist das neue Modell mit Abmessungen von 91 x 55 x 20,5 mm außerordentlich kompakt und bietet dennoch eine umfassende Ausstattung, zu der auch

ein 2,7“ (6,9 cm) großes LC-Display gehört. Die verbesserte Gesichtserkennung kommt jetzt mit zwölf verschiedenen Gesichtern zurecht, die auch im Profil erkannt werden. Bei der „BestShot Selector“-Funktion werden bis zu 10 Bilder aufgenommen und automatisch die schärfste Aufnahme gespeichert. Auch diese neue Coolpix ist ab September lieferbar, und zwar in den Farben Silber, Schwarz oder Weiß zum einem empfohlenen Preis von 269 Euro.

Praktisch, farbig, schlicht: die Coolpix S570

Mit intelligenten Portraitfunktionen, 2,7“ LCD-Monitor, 5fach-Weitwinkel-Zoom und einer Empfindlichkeit von ISO 3.200 bei voller Auflösung ist die Coolpix S570 die richtige Kamera für unbeschwertes Fotografieren. Wie ihre Schwestern wählt die hochwertige Einstiegerskamera unter Berücksichtigung

Die Coolpix S570 ist in fünf attraktiven Farben erhältlich.



Das berührungsempfindliche OLED Display der Coolpix S70 erlaubt nicht nur hervorragende Bildwiedergabe mit leuchtenden Farben, sondern auch komfortable Bedienung. Auch von vorn ist das neue Modell mit seiner typischen Leder-Optik unverwechselbar.



von Entfernung, Helligkeit und Position der Gesichter im jeweiligen Motiv automatisch den passenden Modus für bestmögliche Resultate. Erhältlich ist das neue Modell ab Mitte September 2009 in den Farben Silber, Schwarz, Blau, Rot oder Pink zum empfohlenen Preis von 219 Euro. www.nikon.de

25 Neuheiten in Canons Herbstkollektion

25 neue Produkte hat Canon im Vorfeld der IFA 2009 auf einer Pressekonferenz in Amsterdam vorgestellt – auf der Messe sollen weitere Neuheiten folgen. Zur aktuellen Herbstkollektion gehören als Neuheiten zwei HD-Camcorder, sechs Kompaktkameras, zwei Tintenstrahldrucker, sechs Tintenstrahl-Multifunktionsgeräte, ein Kompaktfotodrucker, ein Laserdrucker, fünf Laser-Multifunktionsgeräte, ein Tischrechner und eine Netzwerkkamera.

Der 64-GB-Flash-Speicher ist die auffälligste Neuerung der beiden Legria Topmodelle HF21 und HFS11 in Canons HD-Camcorder-Palette. Dieser Speicher bietet Platz für mehr als 24 Stunden brillante HD-Videos; in höchster Auflösung



Canon Legria HFS11

finden auch noch immerhin acht Stunden Platz im Speicher. Eine weitere Neuerung ist, dass der Schnappschussmodus, mit dem bislang auf Knopfdruck viersekündige Szenen aufgenommen werden konnten, jetzt auch im Wiedergabemodus funktioniert.

So können aus bereits aufgenommenen Filmen Vier-Sekunden-Spots herausgeschnitten und beliebig aneinandergereiht werden. Zusätzlich wurden die beiden neuen Legria Modelle mit einem optischen Dynamik-Bildstabilisator ausgestattet. Die beiden Neuen sind ab Ende September zum UVP von 1.099 Euro (Legria HF21) beziehungsweise 1.299 Euro (Legria HFS11) erhältlich.

Das Sortiment des Design-Klassikers Ixus wurde um zwei Modelle aufgefrischt: Die mit Weitwinkelobjektiv und Touchscreen ausgestattete Ixus 200 IS und die extrem flache Ixus 120 IS. Sie sind in verschiedenen Farben ab sofort verfügbar. Die Preise: 309 Euro (Ixus 120 IS) bzw. 339 Euro (Ixus 200 IS). Die PowerShot-Familie erhält bis

Ende Oktober vierfachen Zuwachs. Zu den neuen Modellen gehören die bedienungsfreundliche SX120 IS mit Zehnfach-Zoom und Aufnahmemodi wie Auto und Easy und die SX20 IS mit 20fach-Zoom



Canon Digital Ixus 200 IS (oben) und Canon PowerShot G11

und einem großen dreh- und schwenkbaren Display. Neu in der PowerShot S-Serie ist die S90. Sie bietet unter anderem ein extrem lichtstarkes Weitwinkelobjektiv und RAW-Funktionalität. Mit neuer doppelter Rauschunterdrückung wartet die G11 auf.

Der neue Selphy ES40 druckt in Laborqualität Fotos auf kreative und komfortable Art und unterstützt den Nutzer auf Wunsch durch Sprache bei der Anwendung.

Der neue Tintenstrahldrucker iP4700 beherrscht neben Duplexdruck auch das Bedrucken geeigneter CDs oder DVDs, während der neue netzwerkfähige Pixma iX7000 bei Bedarf doppelseitig

bis zum Format A3 drucken kann. Auch bei den Multifunktionsgeräten der Pixma-Reihe präsentiert Canon Neues: Kostengünstige Einstiegsgeräte wie der MP270 oder der MP490 finden sich ebenso im Portfolio wie die mit mehr Funktionalitäten ausgestatteten Modelle MP550 und MP560.

Für die Integration in kabellose oder kabelgebundene Netzwerke bietet Canon jetzt die mit LAN und WLAN ausgestatteten High-End-Modelle MP640 und MP990, die sich vor allem für hochwertigen Fotodruck eignen.

Der neue Farblaserdrucker i-Sensys LBP7750Cdn ist schon in der Grundausstattung für hohen Durchsatz ausgelegt und mit einer

Duplexeinheit und einer Netzwerkkarte ausgestattet.

Mit fünf neuen Laser-Multifunktionsystemen, davon vier Farbsysteme, frischt Canon seine i-Sensys-Produktpalette für den Einsatz in kleinen und großen Büros auf. Alle Modelle bieten schnellen und hochwertigen Laser-Output und ein attraktives Preis-/Leistungsverhältnis.

Die neue Canon-Netzwerkkamera VB-C500VD eignet sich insbesondere für den Inneneinsatz an Orten mit erhöhtem Sicherheitsrisiko. Der neue Tischrechner HS-121TGA fällt schließlich nicht nur durch Funktionalität und Leistung auf, sondern auch dadurch, dass das obere Gehäuseteil und die Tasten aus einem Kunststoff bestehen, der antibakteriell wirkt.

www.canon.de



Das neue Multifunktionsgerät Canon Pixma MP550 befindet sich hinsichtlich seiner Ausstattungsmerkmale im mittleren Segment.

Neue Digitalkameras mit Doppel-Displays, WLAN, Bluetooth und GPS

Samsung Weltneuheiten

Samsung hat auch im Digitalkamera-Markt ehrgeizige Pläne. Bis 2012, so erklärte Jeong Wook Kim, Vize-Präsident Sales und Marketing der Samsung Digital Imaging Co., bei einem Pressegespräch in Berlin, will der koreanische CE-Riese weltweit zum Kameralieferanten Nummer eins aufsteigen und einen globalen Marktanteil von 22 Prozent erringen. Dazu sollen auch Innovationen beitragen: Auf der IFA stellt Samsung mit der ST500 und der ST550 weltweit die ersten beiden Digitalkameras mit zwei Displays vor; und mit der ST1000 hat die erste „Netzwerk-Kamera“ mit einer Kombination aus WiFi/DLNA, Bluetooth und GPS Weltpremiere.

Alle drei neuen Modelle sind zudem mit bewährten Samsung Kamera-Technologien ausgestattet: optischer und digitaler Bildstabilisator, intelligente Automatikfunktion, Gesichtswiedererkennung und Smart Album Funktion sind Standard. Die berührungsempfindlichen Displays auf der Rückseite machen die Bedienung komfortabel – und alle drei Kameras nehmen HD-Videos im Format 720p auf.

Das doppelte Display

Die Samsung ST550 und ST500 sind die ersten Kameras der Welt,

die zusätzlich zum üblichen Rückseiten-Display mit einem 1,5“/3,8 cm großen Monitor auf der Vorderseite ausgestattet sind. Das erleichtert die Wahl des Bildausschnittes, wenn man sich selber fotografiert; und im Selbstportrait-Modus wird nicht nur das Motiv, sondern auch der Countdown bis zur Aufnahme angezeigt. Bei der ST550 gibt es für das zweite Display zudem einen neuartigen Kinder-Modus, bei dem auf dem vorderen Monitor lustige Animationen erscheinen, um die Aufmerksamkeit der portraitierten Kleinen zu fesseln. Beide Kameras



Innovatives Trio: (v. l.) zusätzliches Frontdisplay bei der Samsung Digitalkameras ST500...

sind mit einem 4,6fach-Zoomobjektiv mit einem Brennweitenbereich von 27–124 mm (KB-äquivalent) ausgestattet und bieten eine Auflösung von 12 Megapixeln. Die ST550 verfügt zudem über eine HDMI-Schnittstelle und ein 3,5“/8,9 cm großes Display; bei der ST500 misst es 3“/7,6 cm.

Kabelloses Multimedia-Talent

Die neue Smart-Kamera Samsung ST1000 bietet ebenfalls 12 Megapixel und ist mit einem 35–175 mm (KB-äquivalent) 5fach-Zoomobjektiv ausgestattet. Dank

WLAN, Bluetooth und HDMI bietet sie reichhaltige multimediale Möglichkeiten; ein eingebautes GPS-Modul ermöglicht zudem die Abspeicherung geografischer Daten in den Bild-Dateien. Die



... und ST550,...

Samsung ST1000 arbeitet auf dem DLNA-Standard, der zur Zeit von rund 250 Unternehmen aus der Informationstechnologie und der Unterhaltungselektronik unterstützt wird, um die Vernetzung digitaler Geräte von verschiedenen Herstellern sicherzustellen. So kann die Kamera die Bilder über WLAN ohne PC und Kabel direkt in Online-Alben übertragen oder die Schnappschüsse per E-Mail versenden. Für die Kom-

munikation mit anderen digitalen Geräten gibt es zudem Bluetooth. Die Übertragung der Fotos und HD-Videos zu modernen HD-Fernsehgeräten erfolgt komfortabel über eine HDMI-Schnittstelle; bei WLAN-fähigen Modellen wie zum Beispiel den neuen Samsung LED-Geräten der Serie 8 „fliegen“ die Bilder sogar kabellos auf den Bildschirm.



...neue Netzwerk- und GPS-Funktionen bei der ST1000.

Alle drei neuen Samsung Kameras sind ab September lieferbar, die ST500 in Silber, Rot oder Blau für 349 Euro (UVP), die ST550 in Silber, Orange oder Violett für 399 Euro (UVP) und die ST1000 in Silber, Schwarz, Rot oder Blau zum Preis von 449 Euro (UVP).

Spielekonsolen • Software • Games

gamescom: Erfolgreiche Premiere in Köln

Flammender Auftritt der Spielbranche

Zum ersten Mal wurde Köln zum Mekka der Gamer. 245.000 Besucher kamen auf das Gelände der Koelnmesse, um Spielneuheiten von 458 ausstellenden Unternehmen aus 31 Ländern zu erleben und auszuprobieren. Damit hat es die Messe geschafft, vom Start weg zur europäischen Leitmesse der Videospielebranche zu avancieren.

Auf einer Fläche von 120.000 Quadratmetern wurden den Fans und Familien auf dem Kölner Messegelände Welt-, Europa- und Deutschlandpremiere präsentiert. Neben den Spielepremiere sorgte ein unterhaltsames Rahmenprogramm mit Action, Events und dem Jugendschutz-Schwerpunkt gamesCompetence für den gelungenen Rahmen.

Bei den zahlreichen Events des gamescom-Festivals außerhalb des Messegeländes feierten zudem rund 100.000 Menschen am Tanzbrunnen, der Lanxess-Arena und in der Kölner Innenstadt die Spiele.

Internationale Beteiligung

Zahlreiche Aussteller aus dem In- und Ausland haben ihre Teilnahme im kommenden Jahr bereits bestätigt. Gerald Böse, Vorsitzender der Geschäftsführung der Koelnmesse GmbH, bilanzierte: „Die gamescom hat weltweit Zeichen gesetzt und eindrucksvoll die Schlagkraft des Medien- und Kommunikationsstandortes Köln im Zusammenspiel zwischen Messe, Stadt und den beteiligten Branchen unterstrichen.“

PlayStation 3 ab September verfügbar

Mit Spannung wurde die Vorstellung von Sony Computer Entertainment erwartet, und die Szene wurde nicht enttäuscht.

Kazuo Hirai, Präsident von Sony Computer Entertainment, kündigte die neue PlayStation 3 an, die mit einem extrem schlanken Design und einer 120-GB-Festplatte ausgestattet ist und ab dem 1. September für 299,- Euro in die Läden kommt. Die Konsole ist komplett überarbeitet worden, wobei auch das Wärmemanagement neu ausgelegt wurde und die Lüftergeräusche im Betrieb deutlich reduziert werden konnten.

Mit „LIPS“: Deutsche Partyknaller stellte Microsoft einen neuen Teil des Sing- und Partyspiels vor, der exklusiv für den deutschen Markt entwickelt wurde. Der Titel konnte zusammen mit „LIPS: Number One Hits“ am Messestand ausprobiert werden. Beide Spiele werden noch in diesem Herbst erhältlich sein.

Noch vor Weihnachten werden die Social Communities Facebook und Twitter in das Xbox 360 Dashboard eingebunden. So können Xbox 360

Besitzer bequem mit Freunden Kontakt halten, Nachrichten verschicken und Fotos austauschen. Ebenfalls mit Spannung erwartet ist James Camerons AVATAR: DAS SPIEL von Ubisoft zum gleichnamigen Blockbusterfilm. Der Spieler taucht in das Herz von Pandora ein, einem fremdartigen Planeten, der die kühnsten Vorstellungen übertrifft. Hier wird der Spieler in einen Kampf um das Herz des Planeten und das Schicksal einer ganzen Zivilisation hineingezogen.

Beim gamescom-Award, der von einer unabhängigen Jury aus Medien und Handel für die besten Spiele der Messe vergeben wurde, gewannen StarCraft II – Wings of Liberty den „Best-of-Show“-Award, „Uncharted 2: Among Thieves“ (Konsole), „The Legend of Zelda: Spirit Tracks“ (Mobile), „Aion“ (Online), „Call of Duty: Modern Warfare 2“ (PC) und „Mario und Sonic bei den Olympischen Winterspielen“ (Family Entertainment).

Portal Picturegames erfolgreich

Die vom Photoindustrie-Verband e.V. und der Prophoto GmbH gemeinsam mit Foto- und Imagingfirmen auf der gamescom durchgeführte Fotoaktion picturegames@photokina war ein voller Erfolg. Das zur Messe eröffnete Internetportal www.picturegames.de zählte in den ersten sieben Tagen über 500.000 Seitenzugriffe auf die über 4.500 während und nach der Messe eingestellten Aufnahmen. Während der Messetage machten Tausende Anwender von den Möglichkeiten der Bewertung sowie vom Versand der Aufnahmen als elektronische Grußkarten Gebrauch. Die Fotos entstanden während der gamescom, als Fotografen in der lifestyle zone und auf dem Messegelände gamescom-Besucher ablichteten. „Es ist die Kraft der Bilder, die das Portal ausmacht“, so Christoph Thomas, Vorsitzender des Photoindustrie-Verbandes.

www.gamescom.de



Einen feurigen Start legte die gamescom in Köln auf die Straße. Ebenso fulminant ist die Bilanz der ersten Videospielemesse in der Domstadt. 245.000 Besucher kamen in vier Messetagen auf das Messegelände, um die neuesten Spiele auszuprobieren und sich über die aktuellen Trends zu informieren.



Buzz! von Sony Computer Entertainment lockt immer mehr Spieler an die Konsole. Auch dieses Jahr verlangen neue, knifflige Fragen von den Teilnehmern das letzte, wenn es um den Titel als Ratekönig geht.



Mit der Unterhaltungssoftware zu den Olympischen Winterspielen 2008 hat Sega große Erfolge gefeiert. Auch für die Winterspiele 2010 hat sich Sega die Lizenzrechte gesichert und wird für alle Plattformen neue Software entwickeln.



Kazuo Hirai, Präsident von Sony Computer Entertainment, kündigte die neue PlayStation 3 an, die mit einem extrem schlanken Design, verbessertem Wärmemanagement und einer 120-GB-Byte-Festplatte ausgestattet ist. Das Gerät ist ab dem 1. September 2009 für 299,95 Euro verfügbar.



Nintendo zeigte neue Spiele für die Erfolgskonsole Wii. In der neuen Sportsimulation können sich die Akteure im Bogenschießen üben und spannende Wettkämpfe um den besten Schützen austragen. Die realistische Spielsteuerung lässt einen schnell vergessen, dass man nicht auf dem Sportplatz steht.

Hama und DiSa kooperieren bei Diebstahlschutz für Speicherkarten

Keine Zahlung, keine Funktion



Die Handhabung des DiSa Activators an der Kasse ist einfach: Die Ware wird in der Blister-Verpackung eingelegt, der Riegel einmal nach unten gedrückt und wieder angehoben. Dieser Vorgang dauert nur wenige Sekunden.

In Zusammenarbeit mit Hama bringt die DiSa DigitalSafety GmbH jetzt ein neues System zur Sicherung digitaler Produkte gegen Ladendiebstahl auf den Markt. Das Prinzip ist einfach: Die Ware funktioniert erst, wenn sie bezahlt wird. Zum Einstieg bietet Zubehör-Spezialist Hama ein neues Sortiment quellengesicherter Speicherkarten an. Als erstes Handelsunternehmen hat sich MediMax für das neue System entschieden.

Die Miniaturisierung liegt im Trend: Digitale Produkte wie Speicherkarten, USB-Sticks, Digitalkameras, Handys oder Navigationssysteme werden immer kleiner – und es wird immer schwieriger, sie gegen Diebstahl zu sichern. Besonders bei schnell drehenden Waren ist die Unterbringung in verschlossenen Vitrinen eine echte Umsatzbremse – und der Diebstahlschutz mit nachträglich aufgebrachten Chips oder voluminösen Plexiglas-Containern ist aufwendig und teuer. Gemeinsam mit der in Singapur beheimateten Equation Group, einem auf die Entwicklung neuer Technologien spezialisierten High-Tech-Unternehmen, hat die DiSa DigitalSafety GmbH aus Frankfurt darum ein System entwickelt, das dem Einzelhandel eine effektive Warensicherung auf besonders einfache Weise ermöglicht: Bereits beim Hersteller werden die Digitalprodukte mit einem Sperrcode funktionsuntüchtig

gemacht und erst an der Kasse des Einzelhandels wieder aktiviert. Dass die Technik funktioniert, zeigen die ersten Installationen bei der Fachmarktkette MediMax: Der komplette Filialverbund Nord ist bereits dabei, ebenso wie die Outlets in Karlsruhe und Offenburg.

„Die DiSa Warensicherung eignet sich für alle technischen Produkte, die mit einem digitalen Controller arbeiten“, erklärte DiSa Geschäftsführer Uwe Bremeyer bei einem Pressegespräch im Hama Vertriebszentrum in Haan. „Unser patentiertes System macht DiSa-gesicherte Produkte nicht nur für Ladendiebe uninteressant, sondern schützt die wertvolle Ware bereits auf dem Transportweg. Denn die Deaktivierung der elektronischen Bauteile erfolgt am besten bereits in der Fabrik.“ Im Klartext: Mit dem Inhalt der berühmten Kiste, die irgendwo vom Lkw fällt, kann niemand etwas anfangen.

Zu dem neuen Konzept gehört natürlich nicht nur Technik, sondern auch Abschreckung durch Information: Plakative Hinweisschilder am Regal und Warnhinweise auf den Produkten sollen Langfingern von Anfang an den Appetit verderben.

Die Sicherung bzw. Blockierung der Produkte erfolgt durch spezielle Codes, die vom Hersteller oder Vertriebsunternehmen über das Internet von DiSa bezogen und direkt auf die Produkte aufgespielt werden. Durch diesen Vorgang entstehen in der Fabrik sozusagen keine Mehrkosten oder Verzögerungen, denn die Überspielung erfolgt im Zusammenhang der Produktionsvorgänge, bei denen die digitalen Bauteile ohnehin mit Software versehen werden.

Die Codes werden bei der DiSa DigitalSafety GmbH gespeichert; die Freischaltung erfolgt beim Einzelhandel an der Kasse über einen leicht zu bedienenden Activator, der mit einem online operierenden PC verbunden ist. Dieser steht mit dem DiSa Server in Verbindung und kann ständig Sicherungs- und Freischalt-Codes speichern bzw. überwachen. „Im rechtlich zulässigen Rahmen können wir deshalb auf Kundenwunsch auch Informationen zur Verfügung stellen, wenn Freischaltungen außerhalb der Öffnungszeiten oder von größeren Mengen gleicher Artikel direkt hintereinander erfolgt sind und deshalb der Verdacht auf Personaldiebstahl oder Hehlererei vorliegt“, erklärte Bremeyer.

Pionierleistung von Hama

Als erste Digitalprodukte mit DiSa Quellensicherung bringt Hama ein Sortiment von Speicherkarten auf den Markt. Die kleinen Chips werden bekanntlich besonders gerne geklaut, weil sie leicht einzustecken sind und jedermann sie gebrauchen kann. Zum einfachen und vor allem schnellen Aktivieren der Karten an der Kasse hat Hama eine patentierte Verkaufsver-

packung entwickelt, die genau an der Stelle, wo sich die Kontakte der Speicherkarte befinden, einen kleinen Schlitz hat, durch den die Sicherungs-Codes vom Activator kontaktlos gelesen und freigeschaltet werden können.

Nur der Anfang

Als erste Digitalprodukte mit DiSa Quellensicherung bringt Hama ein Sortiment von Speicherkarten auf den Markt. Die kleinen Chips werden bekanntlich besonders gerne geklaut, weil sie leicht einzustecken sind und jedermann sie gebrauchen kann. Zum einfachen und vor allem schnellen Aktivieren der Karten an der Kasse hat Hama eine patentierte Verkaufsver-



Das von Hama entwickelte „patentierte Loch“ kann nicht nur für die Freischaltung der Speicherkarten genutzt werden, sondern auch für das Aufspielen individueller Inhalte durch den Händler.

Dieses „patentierte Loch“ hat noch einen anderen Vorteil: Unter dem Namen „Content Life+“ bietet Hama seinen Handelspartnern die Möglichkeit an, tagesaktuelle Inhalte wie Sonderangebote, Musik oder auch eine Fotobuch-Bestellsoftware auf die Spei-

es ein Konzept, das den Freischaltvorgang an der Kasse auch für kartonverpackte Geräte wie Digitalkameras, Handys oder MP3-Spieler einfach und schnell macht. Denn bei diesen Produkten wird der Sicherungscode an der Kasse nicht am Gerät ausgelesen, sondern befindet sich in Form eines 2D-Barcodes auf der Verpackung.

Mit seiner Quittung erhält der Kunde dann ein Passwort, mit dem er das entsprechende Gerät in Betrieb nehmen kann. www.hama.de



Uwe Bremeyer, Geschäftsführer der DiSa DigitalSafety GmbH, Hama Vertriebsdirektor Christoph Hundhausen und Markus Kühnel, Teamleiter Beschaffung PM-Speichermedien bei Hama, stellten der Presse die ersten DiSa-gesicherten Speicherkarten vor.

Für Anspruchsvolle: Philips Robust Collection

Eine starke Küchenrange für anspruchsvolle Hobbyköche zeigt Philips auf der IFA 2009: Die Robust Collection zeichnet sich durch beständiges Material, kräftige Motoren und innovative Werkzeuge aus. Edelstahl macht die komplette Serie langlebig und wertig. Die massiven Produkte eignen sich vor allem für diejenigen Köche, die gerne eine große Gästeschar kulinarisch verwöhnen wollen.

Neben den starken Motoren sind es vor allem die großen Behälter, durch die die Neuheiten auffallen. Als besonders benutzerfreundlich erweist sich die Konstruktion der Geräte mit wenigen, spülmaschi-



nenfesten Einzelteilen: So funktioniert auch das Reinigen der Produkte schnell und einfach. Einen Hinweis darauf, welches Vertrauen Philips in seine neue

Robust Collection hat, gibt die dreijährige Garantie für die gesamte Range.

- Die massive **Küchenmaschine** HR7781 eignet sich zum Rühren, Kneten, Schneiden, Raspeln oder Häckseln. Sie ist mit einem bruchfesten Vier-Liter-Aufsatz sowie langlebigen und optimal geformten Werkzeugen ausgestattet. Der innovative Knethaken vermengt dank eines 1.200 Watt Motors in nur 15 Sekunden zwei Kilogramm Teig. Auf den Motor gibt es eine Garantie von 15 Jahren. Die Küchenmaschine wird mit einem Knethaken, einem Schneebesens, drei Metallscheiben zum Zerkleinern und einem rostfreien Schneidemesser aus Stahl ausgeliefert.

- Der **Stabmixer** HR1379 arbeitet nicht nur kabellos, er ist auch hochwertig und robust aus Edelstahl gefertigt. Gemixt wird – unabhängig von Steckdosen – am Küchentisch, auf der Arbeitsfläche

oder direkt am Herd. Schlank und mit abgerundeten Formen liegt er dank seiner schwarzen Gummiarmierung sicher in der Hand. Die gewellte Ablage sorgt für einen optimalen Fluss der pürierten Zutaten. Der extra große Häcksler mit sägezahnartigen Klingen kann sogar Eis crushen.

- Ein massives Metall-Gehäuse umschließt beim **Handmixer** HR1581 einen 360-Watt-Motor. Das Gerät ist stark genug für die Verarbeitung von bis zu einem Kilogramm schwerem Teig. Mit Komfortgriff und einer Ablage für den Handballen lässt sich der Handmixer auch bei schweren Arbeiten bequem führen, ohne den Arm zu ermüden. Drei Geschwindigkeitsstufen und eine Turbostufe sorgen für die erforderliche Geschwindigkeit bei jedem Rezept. Die mitgelieferten Quirle- und Knethaken sind aus rostfreiem Edelstahl.

- Ob vitaminreiche Drinks, cremige Suppen oder ausgefallene Cocktails – mit dem neuen Philips **Standmixer** lassen sich die unterschiedlichsten Speisen und Getränke schnell zubereiten. Mit seinem leistungsstarken 850-Watt-Motor zerkleinert und ver-

mengt das Gerät Obst, Gemüse und vieles mehr. In dem kratzfesten Glasbehälter finden zwei Liter Flüssigkeit Platz. Die sägezahnartigen Klingen aus rostfreiem Edelstahl zerkleinern in allen fünf Geschwindigkeitsstufen optimal. Dank des Zwei-Klingen-Schneide-

jeden Tropfen Flüssigkeit heraus und hinterlässt nur eine trockene Obst- oder Gemüsemasse. Der massive Metall-Korpus ist mit einem 1.200-Watt-Motor ausgestattet. Je nach Konsistenz des jeweiligen Obstes oder Gemüses entsaftet er in zwei unterschied-



systems arbeiten die Messer gegeneinander und sorgen so für einen gleichmäßigen Fluss der Zutaten. Der Motor wird vor den Zutaten geschützt und ist hochwertig verarbeitet. Auch der Motor des Standmixers hat eine Garantie von 15 Jahren.

- Der **Entsafter** HR1881 kann mit einer noch größeren Ausbeute trumpfen als alle seine Vorgängermodelle. Der kraftvolle Mikro-Sieb-Filter aus Edelstahl presst

lichen Geschwindigkeiten. Eine Tropf-Stopp-Funktion vermeidet Nachtropfen auf die Küchenablage. Auch dieser Motor hat eine Garantie von 15 Jahren.

Die unverbindlichen Verkaufsempfehlungen für die Geräte der Philips Robust Collection lauten: Küchenmaschine 399 Euro, Stabmixer 219 Euro, Handmixer 149 Euro, Standmixer 299 Euro, Entsafter 349 Euro.

www.philips.de

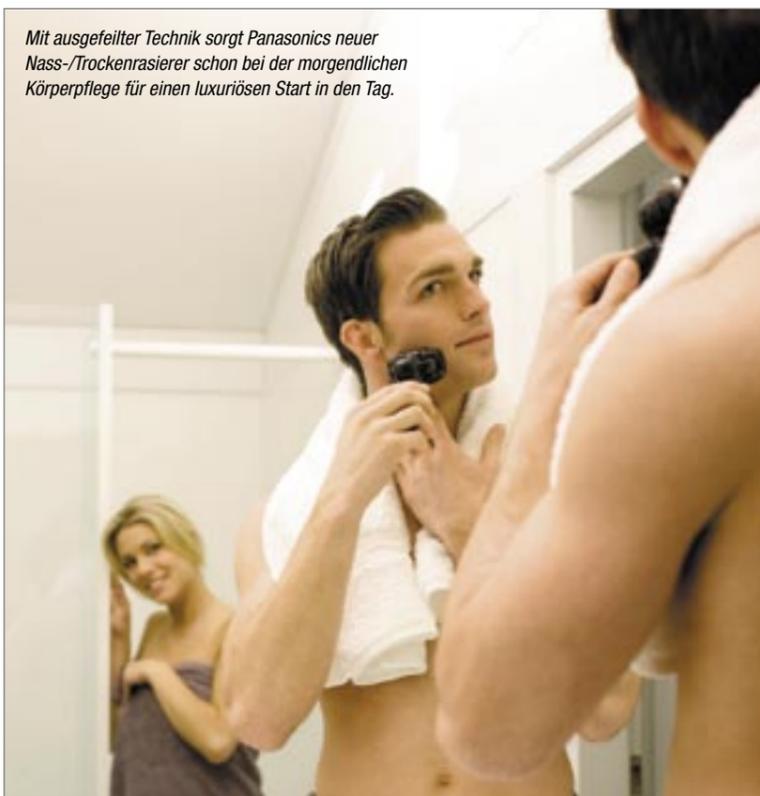
Luxus pur: Panasonic Nass-/Trockenrasierer ES-LA93

An Männer, denen gut nicht gut genug ist, wendet sich Panasonic mit dem neuen Nass-/Trockenrasierer ES-LA93. Der diamant-schwarze Edel-Rasierer bietet mit modernster Technik ein vollkommen neues Rasiererlebnis.

Jedes Gesicht ist einzigartig und verdient die beste Rasur. Mit dem neuen Rasierer stellt Panasonic Männern jetzt hochentwickelte Rasurtechnologien in geballter Form zur Verfügung. Sein rundum flexibler Aktivscherkopf ist in der Lage, jede Gesichtskontur für eine besonders schonende und gleichzeitig gründliche Rasur zu meistern. Er federt auf- und abwärts und neigt sich nach rechts, links, vor und zurück.

Ausgestattet ist der Vierfach-Scherkopf mit vier Klingen mit bogenförmigen Scherfolien. Sie sorgen für die nötige Hautspannung und optimalen Hautkontakt. Die vierte Scherfolie ist hierbei für den Feinschliff zuständig und schneidet selbst besonders kurze und enganliegende Barthaare zuverlässig ab. Die nanobeschich-

Mit ausgefeilter Technik sorgt Panasonics neuer Nass-/Trockenrasierer schon bei der morgendlichen Körperpflege für einen luxuriösen Start in den Tag.



teten Klingen mit scharfem 30°-Schliff gleiten problemlos auch durch kräftige Barthaare. Mit vibrierenden Mikro-Impulsen sorgt der ES-LA93 dafür, dass der Nutzer das gepflegte Gefühl nach einer Rasur lange genießen kann. Die Mikro-Impulse beleben die Haut und drücken die Barthaare

für einen besonders gründlichen Schnitt weiter aus der Haut heraus.

Der Panasonic Linear Motor mit 14.000 Schwingungen und automatischer Geschwindigkeitssteuerung sorgt stets dafür, dass der Rasierer eine konstante Leistung bringt, ganz gleich, ob der

Bart nach einem entspannten Wochenende besonders kräftig nachgewachsen ist oder der Akku bereits auf Reserve läuft.

Müheleose Sauberkeit nach der Rasur gibt es beim neuen Panasonic Premium-Rasierer mit geringem Aufwand: Das Gerät kann bequem und einfach mit Flüssigseife und Wasser gereinigt werden. Für ein „Wie-neu-Gefühl“ wird der Rasierer in die Reinigungsstation gestellt. Dort kümmert sich das Gerät automatisch um die erforderlichen Maßnahmen und zeigt an, wann es Zeit für eine Intensiv-Reinigung ist.

Auf seinem großen LC-Display ist zudem der Akku-Ladezustand ablesbar. Hier gibt der ES-LA93 frühzeitig einen Hinweis, wann der Akku geladen werden muss. Den Ladevorgang erledigt die Reinigungsstation auf Wunsch gleich mit. Nach nur einer Stunde Ladezeit hat der Rasierer wieder genug Energie für 14 Rasuren à drei Minuten.

Um das Gerät auch mit gutem Gewissen in den Urlaub oder auf eine Dienstreise mitzunehmen, sorgt die Reisesicherung dafür, dass der Akku vollgeladen am Ziel ankommt und sich nicht versehentlich im Gepäck einschaltet und entlädt.



Der neue Panasonic ES-LA93 einzeln und in der Reinigungsstation.

Der diamant-schwarze Premium-Rasierer ES-LA93 ist ab sofort für den Handel erhältlich. Die unverbindliche Verkaufsempfehlung beträgt 349 Euro.

www.panasonic.de

Kommunikation à la Miele@home

Was vor einigen Jahren noch als Science-Fiction gegolten hätte, ist heute Realität. Intelligente Haustechnik und die Einbindung von Haushaltsgeräten in ein vernetztes Haus bringen mehr Komfort und Sicherheit. Ein klassisches Beispiel dafür, wie aus Visionen Produkte und Lösungen werden, ist Miele@home. Unter diesem Begriff bietet das Unternehmen kommunikationsfähige Hausgeräte in einem stetig wachsenden Markt an. Deren neueste Generation ist auf der IFA 2009 zu sehen.

Sie können sich unter kommunikationsfähigen Hausgeräten nichts vorstellen? Dann hier ein Beispiel: Das Essen war ausgezeichnet, ein entspannter Abend beginnt. Der Geschirrspüler startet, die Küchenbeleuchtung schaltet sich aus, nur das schmale Leuchtband der Dunstabzugshaube erhellt den Raum. Im Wohnzimmer schließen die Rollläden, bis auf die Leselampe dimmen alle Lichtquellen herunter. Aus den Lautsprechern erklingt leise die neue CD; die beschriebene „Feierabendstimmung“ ist auf der Fernbedienung unter Szenario 1 gespeichert und wird mit nur einem Tastendruck aktiviert.

KNX-Standard

Zwei Faktoren haben wesentlich zur Marktreife der neuen Technik beigetragen: In Europa hat sich ein Standard für die ganzheitliche Steuerung der Gebäudetechnik durchgesetzt, der sogenannte KNX-Standard. Der Datentransfer ist dabei über eine separat zu

installierende Busleitung oder per Powerline über das vorhandene Stromnetz möglich. Für die Verbindung zwischen der Gebäudetechnik und den kommunikationsfähigen Hausgeräten hat Miele das Miele@home Gateway entwickelt.

Das Gateway ist eine Box in Buchgröße und hat die Rolle der Schaltzentrale der „Miele-Welt“ inne. Hier sind die kommunikationsfähigen Hausgeräte angemeldet. Das Gateway definiert, welche Statusabfragen (zum Beispiel Restlaufzeit des Geschirrspülers) oder sogar Steuerungsmöglichkeiten (zum Beispiel Waschmaschine starten) für den jeweiligen Gerätetyp möglich sind. Sicherheitsrelevante Befehle wie die Inbetriebnahme eines Kochfeldes sind dabei nicht als Option hinterlegt. Zugleich bietet das Gateway eine Software-Schnittstelle zur Integration in Hausbussysteme. Die Steuerung eines solchen Hausbussystems kann beispielsweise sehr komfortabel mit dem



In der Miele@home kommunizieren die verschiedenen Geräte über ein Hausbussystem miteinander.

ComfortPanel von Busch-Jaeger erfolgen.

Bei dem ComfortPanel handelt es sich um einen Flachbildschirm mit Touch-Bedienung, der an beliebiger Stelle im Haus installiert werden kann. Busch-Jaeger hat in sein System bereits eine Benutzeroberfläche für Miele-Hausgeräte integriert. Grundsätzlich kann das Gateway über einen (WLAN-) Router, aber auch mit Bussystemen anderer Hersteller, mit einem PC oder über ein Handy Daten austauschen. Dazu ist dann jedoch eine eigene Benutzeroberfläche erforderlich.

Home Entertainment

Neben der Steuerung der Haustechnik hat das ComfortPanel Home-Entertainment-Qualitäten. Videos und Audiodateien können abgespielt werden, es gibt einen

Internet-Zugang, und auch das Aufzeichnen von Sprachnachrichten und handgeschriebenen Notizen gehört zum Repertoire. Für die Installation eines Hausbussystems stehen bundesweit über 100 geschulte Systemintegratoren von Busch-Jaeger als Kooperationspartner zur Verfügung. Miele bietet aus fast allen Produktbereichen intelligente Hausgeräte an, die auch mittels InfoControl oder Supervision kommunizieren können.

Strommanagement

Seit der Markteinführung von InfoControl ist Miele Pionier auf dem Gebiet der kommunikationsfähigen Hausgeräte, eine Technologie, die zur Zeit kein anderer Hausgerätehersteller anbietet. Aktuell arbeitet Miele beim Projekt „E-DeMa“ mit. Das Kürzel steht

für Entwicklung und Demonstration dezentral vernetzter Energiesysteme zum E-Energy Marktplatz der Zukunft und wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie gefördert.

E-DeMa betrachtet den heutigen Stromabnehmer als „Prosumer“, also als aktiven Kunden, der sowohl Energie erzeugt und ins Netz einspeist als auch konsumiert. Ziel ist unter anderem, Stromkapazitäten mit Hilfe intelligenter Technik optimal zu nutzen und zu steuern. Vernetzte Hausysteme bieten für ein intelligentes Energiemanagement schon heute gute Voraussetzungen und werden als großer Zukunftsmarkt gesehen. Neben Miele beteiligen sich unter anderem RWE Energy, die Siemens AG sowie verschiedene Lehrstühle an E-DeMa.

www.miele.de

Neue Trockner von LG sparen Energie

„Waschen und Trocknen bilden eine Einheit. Mit unseren neuen Kondentrocknern bieten wir nun technisch und optisch die passende Ergänzung zu unseren energiesparenden Waschmaschinen“, so Peter Körsgen, Director Sales & Marketing Weiße Ware bei LG. „Mit moderner Sensorkontrolle zur Regelung der Heizleistung senken wir den Energieverbrauch unserer Trockner.“

Dank moderner Sensortechnik und hoher Beladungskapazität erzielen der RC8011A und der RC9011A von LG, die auf der IFA 2009 zu begutachten sind, ausgezeichnete Trocknergebnisse. Während ein Mikro-Sensor die Luftfeuchtigkeit und ein spezieller Wärme-Sensor die Temperatur in der Trommel überprüft, misst ein Elektroden-Sensor die Feuchtigkeit der Wäsche, so dass die Kleidung besonders schonend getrocknet wird. Gleichzeitig reduziert die Feuchtigkeitskontrolle die Trockenzeit und leistet



LG RC9011A

so einen entscheidenden Beitrag für die Umwelt. Neun voreingestellte Trockenprogramme und fünf Trocknungsstufen garantieren außerdem, dass jeder Wäschetyp, von Sportbekleidung bis zum Wollpullover, mit der richtigen

Temperatur so getrocknet wird, wie es für Faser und Farbe am besten ist. Knitterfalten verhindert der extra große Beladungsraum: Der RC8011A trocknet bis zu acht Kilogramm, der RC9011A bis zu neun Kilogramm Wäsche. So passt nicht nur die gesamte Waschlade in die Trommel, auch die Bügelarbeit reduziert sich dank des Knitterschutzes auf ein Minimum.



Peter Körsgen

Optische Einheit

Optisch bilden die neuen Modelle eine harmonische Einheit mit den LG Steam-Wash Waschmaschinen F1403FDS, F1403TDS6 und den Direkt Drive Waschmaschinen F1403FD sowie F1403TD. Sowohl nebeneinander als auch übereinander aufgestellt, überzeugen die Geräte auch hinsichtlich ihres Designs. Waschma-

schine und Trockner bieten die gleiche Beladungskapazität von bis zu acht bzw. neun Kilogramm, so dass die gesamte Wäsche in einem Vorgang gewaschen und getrocknet werden kann.

Abgerundet wird das moderne Äußere des RC8011A und des RC9011A durch ein Glasbullauge und eine LED-Beleuchtung, die sowohl den Innenraum als auch die Außenanzeige optimal aus-

leuchtet. Wer seine Wäsche stets im Auge behalten will, kann die LED-Beleuchtung von außen und während des Trockenvorgangs zuschalten.

Allergy Care Programm

Waschmaschinen mit Steam-Wash Technologie von LG zeichnen sich neben den üblichen Ausstattungsmerkmalen auch durch das Allergy Care Programm aus. Dies fällt durch seine milbenabtötende bzw. allergenreduzierende Wirkung auf. Wie effektiv die LG Geräte arbeiten, wurde durch die GUI – Gesellschaft für Umwelt- und Innenraumanalytik mbH – bestätigt. Sie bescheinigte den LG Waschmaschinen F1403TDS6 und F1403FD und dem LG Trockner RC9011A eine Reduktion der Milbenallergene um bis zu 99 Prozent. Die Verkaufspreise lauten 749 Euro für den RC8011A und 849 Euro für den RC9011A.



LG F1403FDS

www.lge.de

Neue Küchenmaschinen von Kenwood

Kenwood – Europas Nummer eins bei Küchenmaschinen – ist auf der IFA in Berlin unter anderem mit einer ganzen Reihe neuer Produkte vertreten. Sie sollen nicht nur hinsichtlich ihrer Funktionalität Maßstäbe setzen, sondern auch durch ihr Design. Einen der Schwerpunkte der Präsentation auf dem Stand von Kenwood (Halle 6.1/Stand 101) bildet die neue kompakte Multipro Excel FP 972, die sich durch ihre Funktionsvielfalt als Küchenhelfer für die unterschiedlichsten Aufgaben anbietet.



Erfrischender Obstsalat, knusprige Kartoffelrösti, cremiger Erdbeer-Milchshake? Dank ihres kraftvollen 1.200-Watt-Motors, des extragroßen Arbeitsbehälters (maximale Füllmenge: vier Liter), ihres Glas-Mixaufsatzes mit 1,5 Litern Fassungsvermögen und des im Lieferumfang enthaltenen Zubehörs schreckt die Excel FP 972 vor keiner Arbeit zurück – schnelle, ausgewogene Gerichte lassen sich mit dem edlen Multitalent ebenso einfach herstellen wie mehrgängige Menüs für anspruchsvolle Feinschmecker. Dafür, dass alle notwendigen Arbei-

ten stets im richtigen Rhythmus ausgeführt werden, sorgt das duale Geschwindigkeitssystem: Hochgeschwindigkeit für den Mixaufsatz, niedrigere Geschwindigkeit für den Arbeitsbehälter. Da der Aufsatz automatisch erkannt wird, ist stets der optimale Betrieb gewährleistet; die Geschwindigkeitsstufen sind variabel einstellbar. Die Impulsfunktion gehört bei der Multipro Excel FP 972 zum Standard. Und die große Einfüllöffnung mit Sicherheitssystem sorgt für hohen Komfort bei der Essenzzubereitung. Der vielseitige Küchenprofi aus

Kenwoods vielfach mit Designpreisen prämierten Multipro Serie ist mit einem kubischen, gebürsteten Metallgehäuse in Profiqualität ausgestattet.

Ebenso hochwertig sind die Edelstahlmesser und -arbeitsscheiben, die sich leicht reinigen lassen.

Mit ihren Griffen, dem Kabelstufach oder dem Spritzschutz, der sich einfach im Arbeitsbehälter platzieren lässt, erleichtert die Kenwood Multipro Excel FP 972 dem Nutzer die Arbeit. Durch den kompakten, modernen Look eignet sich der Alleskönner für jeden Anspruch – für „junge Haushalte“ mit wenig Platz ebenso wie für Designliebhaber.

Mit ihrer Ausstattung vereint die Neuheit zudem zahlreiche Küchengeräte in einem und eröffnet zahlreiche kulinarische Möglichkeiten: Kneten, Schneiden, Schlagen, Reiben, Raspeln, Entsaften, Mixen. Vom frisch gepressten Orangensaft am Morgen über die Gemüselasagne zum Lunch, den warmen Apfelkuchen am Nach-

mittag bis zu Hackbällchen mit Kartoffelpüree zum Abendessen – durch seine Vielseitigkeit ist der Küchenhelfer nahezu rund um die Uhr einsetzbar.

Fünf Arbeitsscheiben mit Zubehörbox, ein Doppelschneebeisen aus Metall, Knetwerkzeug, Entsafter, Zitruspresse und eine Kräuter- und Gewürzmühle runden das umfangreiche Zubehör ab.

Chef Titanium Event zeigt sich in neuem Look

In neuem Look mit exklusivem handgebürstetem Metallgehäuse zeigt sich zur IFA 2009 der Klassiker aus Kenwoods Chef-Serie, die Chef Titanium Event. Mit ihrem vielseitigen Zubehörset und dem puristischen Design wird sie nicht nur anspruchsvollen Hobbybäckern gerecht, sondern auch den Nutzern, die bei ihrer Tätigkeit Wert auf stilvolles Ambiente legen.

Der kraftvolle 1.400-Watt-Motor, das planetarische Rührsystem, der schonende Softanlauf und die stufenlos regulierbare Geschwindigkeit sorgen für beste Ergeb-

nisse bei der Teigzubereitung. Die hochglanzpolierte Edelstahl-Rührschüssel hat ein maximales Fassungsvermögen von 4,6 Litern. Mixgetränke lassen sich mit dem spülmaschinenfesten 1,5-Liter-Glasaufsatz herstellen, der mit wenigen Handgriffen montiert ist. Im Lieferumfang enthalten ist ein



Patisserie-Set, das aus einem Ballonschneebeisen, K-Haken, Knethaken und dem innovativen Profi-K-Haken besteht. Darüber hinaus stehen 35 Zubehörteile für über 60 Funktionen für weitere Aufgaben bereit.

Weitere Informationen gibt es unter www.kenwoodworld.de.

Glass Touch Kollektion von Russell Hobbs

Russell Hobbs präsentiert auf der IFA (Halle 3.1/101) die neue Glass Touch Kollektion, die eine einzigartige Touch-Steuerung mit edlem Design vereint: Weiß schimmerndes Hartglas und Edelstahl „biegen“ sich zu sanften Formen und verleihen der Kollektion einen anmutigen und unverwechselbaren Charakter.

Verbindendes Element der neuen Design-Kollektion Glass Touch, die zur Markteinführung aus Kaffeemaschine, Wasserkocher und Toaster besteht, ist die Gestaltung der Oberflächen aus gebogenem Hartglas. Alle Geräte sind mit einem Energie-

als ein Watt reduziert werden. Die Glass Touch Kaffeemaschine verspricht hohen Bedienkomfort per Fingertipp durch die innovative Touch-Technologie: Das eisblau leuchtende LC-Bediendisplay setzt Akzente und steuert neben dem programmierbaren Timer auch die Brühstärkenkontrolle für individuelles Kaffeearoma. Der glänzende Edelstahlkorpus unterstreicht die geschwungene Linie des Geräts. Tropf-Stopp bei Kannenentnahme, ein herausnehmbarer, waschbarer Filterträger und 98° C Brühtemperatur bei 950 Watt Heizleistung runden die Ausstattung der Zwölf-Tassen-Kaffeemaschine ab. Sie ist ab sofort zum UVP von 149,99 Euro erhältlich. Der Glass Touch Wasserkocher fällt ebenfalls durch seine Eleganz und ein Höchstmaß an Bedienkomfort auf. Erstmals wird einfach per Berührung eine flexible Heißwasserzubereitung erreicht.



Hoher Bedienkomfort und außergewöhnliche Optik zeichnen die Geräte der neuen Glass Touch Kollektion aus.

Heat to Temperature-Technologie heißt diese Lösung zur Ansteuerung der gewünschten Wassertemperatur. Durch kurzes Berühren der Temperaturstufe über das eisblau leuchtende LC-Display wird der Kochvorgang aktiviert. Die Optik des Gerätes wird durch den hochglänzend polierten Edelstahlkorpus, die gebogenen Hartgaselemente und den elegant geschwungenen, gläsernen Sockel bestimmt. Der sich auf Knopfdruck öffnende Deckel, ein Fassungsvermögen von 1,7 Litern, Wasserstandsanzeige, herausnehmbarer, abwaschbarer Was-

serfilter und ein 3.000 Watt Schnellkochelement vervollständigen die Ausstattung. Der Wasserkocher ist ab sofort zum UVP von 139,99 Euro erhältlich. Auch Toasten ist jetzt in der Glass Touch Kollektion per Fingertipp möglich: Smarte, intuitiv zu bedienende Touch-Sensoren, integriert in ein eisblau leuchtendes LC-Bediendisplay, sind der Blickfang des neuen Glass Touch Toasters, der durch seine geschwungenen Hartgaselemente und den hochglänzend polierten Edelstahlkorpus die Blicke auf sich ziehen soll. Der Röstgrad des Toastes kann

individuell über die Touch-Control-Bräunungsstufenkontrolle eingestellt werden.

Die Countdown-Anzeige verrät, wann das Bräunungsziel erreicht ist. Die Touch-Control-Stopp Taste und die Auftaufunktion sind weitere Kennzeichen der Neuheit. Ebenfalls zur Ausstattung gehören ein manueller Brotheber, der Brötchenaufsatz und eine Leistung von 1.080 Watt.

Der Glass Touch Toaster soll 129,99 Euro kosten

www.russell-hobbs.de



Auch von oben überzeugt der Toaster durch sein Design.



Alle Geräte der neuen Glass Touch Serie von Russell Hobbs sind mit eisblau beleuchteten Bedien-Displays ausgestattet

sparmodus ausgestattet, der automatisch einsetzt, wenn das Gerät fünf Minuten nicht benutzt wurde. Dabei konnte der Standby-Verbrauch auf weniger

Dyson setzt neue Motortechnologie ein

Mehr als zehn Jahre hat die Forschungs- und Entwicklungsabteilung von Dyson intensiv gearbeitet, um mit dem Dyson Digitalen Motor Version2 einen neuen Meilenstein setzen zu können. Ab sofort nutzt das Unternehmen diesen Motor in den neuen Handstaubsaugern DC30, DC31, DC31 Animalpro und DC31 Car & Boat. Die kleinen und leichten Akkustaubsauger mit einer Batteriebensdauer von sechs beziehungsweise zehn Minuten bei konstant hoher Saugkraft werden damit zu den derzeit fortschrittlichsten Handstaubsaugern im Markt.

Kurze Staubsaug-Arbeiten zu Hause, aber auch im Auto, auf dem Boot oder im Wohnwagen sind die idealen Einsatzbereiche der Neuheiten, die Dyson auf der IFA (Halle 4.1/Stand 204 und Halle 18/Stand 103) zeigt.

Gewöhnliche Handstaubsauger verwenden Filter zum Auffangen von Staubteilchen und verlieren an Saugkraft, sobald sich der Behälter füllt. Die Dyson Handstaubsaugermodele DC30 und DC31 arbeiten dagegen mit der patentierten Root Cyclone-Technologie, die Staub und Schmutz aus der angesaugten Luft separiert und eine konstant hohe Saugkraft gewährleistet.

Die DC31 Modelle bieten jetzt eine verlängerte Laufzeit von zehn Minuten. Wird mehr Saugkraft

benötigt, lassen sich die Geräte auf eine höhere Saugstufe bei einer Betriebsdauer von



Dyson DC30

sechs Minuten umschalten. Der DC30 ist nur mit einer Saugstufe für eine Betriebsdauer von sechs Minuten ausgestattet.

Mit 1,3 Kilogramm beim DC30 und 1,5 Kilogramm bei den DC31 Modellen bieten alle Geräte eine ausgeglichene Gewichtsverteilung, die eine leichte und ergonomische Handhabung ermöglicht. Die Behälterentleerung erfolgt einfach und hygienisch auf Knopf-



Der neue Dyson Digitale Motor Version2 verzichtet auf die herkömmlichen Kohlebürsten.

druck. Die motorisierte Elektrobürste des DC31 Animalpro und DC31 Car & Boat wurde entwickelt, um schwer aufsaugbare Tierhaare aufzunehmen. Durch eine schwenkbare Gleitsole bleibt der Bürstenkopf stets mit der Fläche in Kontakt. Der DC31 Car & Boat beinhaltet ein praktisches Ladegerät, so dass der Handstaubsauger auch unterwegs jederzeit wieder einsatzbereit gemacht werden kann.

Herzstück ist der Dyson Digitale Motor Version2

Der Motor ist das Herz eines jeden Gerätes. Er beeinflusst die Leistung, Effizienz, Größe, Zuverlässigkeit, das Gewicht und nicht zuletzt die Haltbarkeit einer Maschine. Das gilt auch für Staubsauger. Der neue Dyson Digitale

Motor V2 (DDM V2) wurde speziell für energieeffiziente Geräte konzipiert. „Unser neuer Digitaler Motor ist klein, schnell, effizient und robust“, erläuterte Erfinder James Dyson. „Seine Fähigkeit, den Energieverbrauch und die Geschwindigkeit zu kontrollieren, hebt ihn in eine neue Klasse von energieeffizienten Motoren.“

Die in herkömmlichen Motoren eingesetzten Kohlebürsten verursachen Reibung. Dadurch verbrauchen diese Motoren mehr elektrische Energie, während sie weniger mechanische Energie produzieren. Der DDM V2 nutzt 84 Prozent der erzeugten Energie aus und ist damit doppelt so energieeffizient wie der Motor im DC16. Mit 15 neuen Patenten ist er so einer der fortschrittlichsten Motoren für Staubsauger. Dyson nutzt beim DDM V2 als Alterna-

tive zu den Kohlebürsten extrem starke Neodym-Magnete. Diese ermöglichen die hohen Umdrehungszahlen des Antriebsrads und das auffallende Gewicht-/Leistungsverhältnis des Motors.

Der DDM V2 markiert einen entscheidenden Moment in der Dyson Unternehmensgeschichte. Die neue Motorentechnologie eröffnet den Ingenieuren ein breites Spektrum von Anwendungsmöglichkeiten. Der DDM V2 wird in Zukunft viele neue, schnellere, leichtere und umweltfreundlichere Geräte antreiben. Der neue Motor befindet sich jetzt in der Massenfertigung: Schon 2009 sollen 1,2 Millionen der Dyson-Geräte von diesem Motor angetrieben werden. www.dyson.de



Der neue Dyson DC31 im Einsatz.

NO(?)SENSE

Trauerfeier statt Innovation

Dass die Digitalfotografie weitgehend den Film ersetzt hat, weiß heute jedes Kind (sofern es alt genug ist, sich noch an den Film erinnern zu können). Die großen Fotounternehmen haben sich längst darauf eingestellt und selbst Digitalkameras, Drucker,

Zubehör und Verarbeitungsgeräte entwickelt – zumindest die, die nicht im Digitalshock das Zeitliche gesegnet haben.

Auch der gute alte „gelbe Riese“, Kodak, versteht sich inzwischen als Digitalunternehmen – und setzt im Fotogeschäft, das längst

Imaging Business heißt, auf Digitalkameras, digitale Bilderrahmen, Drucker für Amateure und Fotohändler und vieles mehr. Natürlich verkauft Kodak auch noch eine ganze Menge Filme – vorwiegend an Profis und Amateure mit hohen und höchsten Ansprüchen. Dieses Geschäft ist übrigens noch durchaus profitabel, auch wenn der Umsatz in diesem Bereich jährlich um rund 30 Prozent zurückgeht.

Wer allerdings im Internet auf der Startseite www.kodak.de landet, wird schlagartig zum Nostal-

giker: Denn dort sieht man – einen Film! Die PoS-MAIL Redaktion rieb sich die Augen und stellte bei genauerem Hinsehen fest: Es handelt sich um eine Trauerfeier. Denn Kodak preist dort keinesfalls die neuesten Weiterentwicklungen seiner Filme an (die es gibt!), sondern erinnert an den guten alten Kodachrome, der nach 74 Jahren (!) nicht mehr produziert werden soll. Für die Jüngeren unter uns: Es handelt sich um einen Diafilm für Spezialisten, der so kompliziert zu entwickeln ist, dass es gerade noch

ein Labor auf der Welt gibt, das diese Kunst beherrscht.

Im Zusammenhang mit dem Kodachrome Ableben betont Kodak, die anderen Filme blieben langfristig im Programm. Das ist ein Glück, denn das Unternehmen bietet immer noch rund zwei Dutzend verschiedene Filmprodukte für Profis und Amateure an. Wenn man für jedes einen virtuellen Grabstein auf der Internet-Hauptseite errichten wollte, wäre die Online-Präsenz des „gelben Riesen“ auf Jahre hinaus blockiert.

IMPRESSUM

PoS-MAIL

Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH,
Postfach 12 29, 40832 Ratingen
Freiligrathring 18-20, 40878 Ratingen
Telefon: (0 21 02) 20 27 - 0
Fax: (0 21 02) 20 27 - 90
Online: <http://www.pos-mail.de>
Bankverbindung: Postbank Essen,
Kto. 164 565 438, BLZ 360 100 43
IBAN: DE35 360100430164565438,
BIC: PBNK DE FF

Herausgeber:

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

Verlegerische Leitung:

Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement:

Franz Wagner

Redaktion:

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

Anzeigen:

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

Layout und Herstellung:

Susanne Blum, Detlef Gruss, Albert Willmann

Vertrieb:

Silke 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

AUS GUTEM
**GRUND
GRUNDIG**

& EURONICS
SEIT VIELEN JAHREN

Die Welt wird schöner.



Die neuen
Samsung LE
für D TVs:
Geburt einer
neuen Spezies.



Mehr Raum bei
gleicher Größe.

Der neue Samsung
Side by Side.



40 Jahre Euronics

Engagement, Ideen und Tatkraft haben EURONICS zu einer erfolgreichen Verbundgruppe im Markt der Consumer Electronics gemacht. In diesem Jahr blickt die Genossenschaft auf ihr 40jähriges Bestehen und eine bewegte Geschichte zurück.

In der Vergangenheit hat sich Euronics immer wieder erfolgreich neuen Markterfordernissen angepasst. Management und Mitglieder haben über all die Jahre ein gutes Gespür für Trends und Entwicklungen bewiesen und sich früh genug darauf eingestellt – von 1969 bis heute, wie die bewegte, erfolgreiche Verbundgruppenhistorie dokumentiert.

Ein weiter Weg

Bis zur Einführung der erfolgreichen, neuen Händlermarke EURONICS im August 2006 war es allerdings ein weiter Weg: Die bekannten Marken RED ZAC und Master's mussten zunächst einer gemeinsamen neuen Marke Platz machen. Ein Prozess, der nicht ohne Reibungsverluste ablief. Es galt, die unterschiedlichen Kulturen und gewachsenen Strukturen zweier Kooperationen zusammenzuführen, um auf dieser Basis eine gemeinsame Verbundgruppenidentität zu entwickeln. Die INTERFUNK eG (1969 gegründet) und die RUEFACH GmbH & Co. KG (1974 gegründet) verlagerten im Jahr 2001 das operative Geschäft in das gemeinsame Joint-Venture-Unternehmen R.I.C. Communication Services GmbH. Im Kalenderjahr 2007 wurde die endgültige Zusammenführung beider Kooperationen in die EURONICS Deutschland eG abgeschlossen. Engagierte Fachhändler nutzen bereits seit Mitte 2006 erfolgreich die Marke EURONICS.

Heute, 40 Jahre später

Mittlerweile haben rund 900 Mitglieder an über 1.000 Standorten in Deutschland das erfolgreiche Konzept übernommen. Konsequenter setzen Händler in Fachgeschäften beziehungsweise Fachmärkten die zentralen Markenwerte, aktuelle Sortimente, wettbewerbsfähige Preise und besten Service um. Nach 40 Jahren bewegter Verbundgruppengeschichte ist EURONICS also auf dem besten Weg, den ersten Platz im Qualitätssegment dauerhaft zu besetzen. Mit dem neuen Konzept EURONICS XXL und der Umrüstung zahlreicher Fachmärkte macht EURONICS einen weiteren Schritt zur Stärkung des Markenauftritts, hin zu einer optimalen Flächenabdeckung in Deutschland.

Neues Führungsduo gestaltet die Zukunft

Ab Oktober diesen Jahres setzt Euronics auf Verstärkung aus den eigenen Reihen und eine neue Führungsspitze. Benedict Kober und Michael Niederführ sollen die erfolgreiche Vergangenheit auch in der Zukunft sicherstellen. Benedict Kober (41) begann nach seinem BWL-Studium in Tübingen 1995 zunächst als Assistent des Vorstands bei der Interfunk eG in Ditzingen. Seitdem ist er der Genossenschaft treu geblieben. Michael Niederführ (45) ist Groß- und Außenhandelskaufmann, Betriebswirt und Bilanzbuchhalter. Der „Herr der Zahlen“ startete seine berufliche Laufbahn bei der Verbundgruppe 1992 als Leiter des Finanz- und Rechnungswesens bei der RUEFACH GmbH.



Benedict Kober (links) und Michael Niederführ sind ab Oktober 2009 in neuer Verantwortung bei EURONICS.

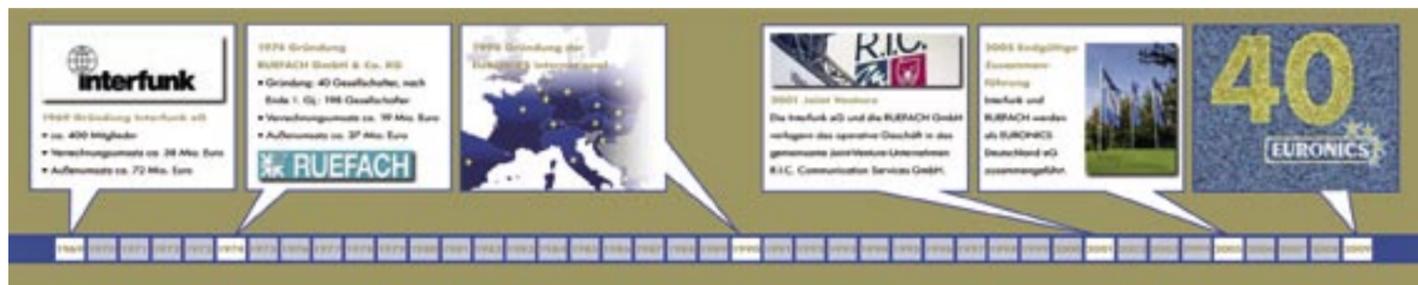
Die beiden gehen mit gesundem Optimismus und dem Blick für die Realität an die neuen Aufgaben. „Obwohl wir gut am Markt aufgestellt sind, werden wir stärker als bisher um unsere Kunden kämpfen müssen. Hinzu kommt für unsere gesamte Branche das Problem des Preisverfalls. Um den Umsatz zu halten, müssen wir künftig deutlich mehr Geräte verkaufen“, ist sich Benedict Kober sicher. „Für den EURONICS Fachhandel ist die Wirtschaftskrise auch eine Chance, die Verbraucher enger an sich zu binden. Qualität und guter Service zählen gerade dann, wenn das Geld nicht mehr so locker sitzt. Unsere Mitglieder haben im hochwertigen Segment die besten Chancen, sich zu profilieren. Davon bin ich überzeugt“, so Kober weiter.

Michael Niederführ ist klar, wie wichtig ein guter Support seitens der Zentrale für den Handel ist: „Mit den Konzepten und Angeboten der Zentrale bieten wir unseren Mitgliedern Unterstützung sowie eine gute Vorbereitung auf aktuelle Marktgegebenheiten. Dazu gehört unter anderem die Beratung in betriebswirtschaftlichen Fragen sowie die Vorbereitung und Begleitung von Bankgesprächen.“ So aufgestellt und mit den entsprechenden Maßnahmen agierend, ist Euronics auch für die kommenden 40 Jahre bestens gerüstet.

Herzlichen
Glückwunsch
zu den
erfolgreichen
40 Jahren
wünscht



POS-MFIL
INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING



SHARP

„Wir gratulieren!“

Japanische Perfektion

Eine neue Dimension der LCD-Technologie. Unsere aktuellen AQUOS Modelle.

AQUOS

Das kann sich sehen lassen:
Sony gratuliert Euronics zum 40-jährigen Jubiläum.



BRAVIA

SONY

Panasonic
ideas for life

Herzlichen Glückwunsch zu 40 Jahren erfolgreicher Arbeit und auf eine auch weiterhin gute Zusammenarbeit!

JVC
The Perfect Experience

mit Euronics ein starkes Team.



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

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



Als **Bose Partner 2000-Fachhändler** bieten Sie Ihren Kunden das große Musik- und Home Cinema-Erlebnis zu Hause mit nur zwei sichtbaren Lautsprechern – ganz einfach auf Knopfdruck.

Dank des HDMI-Ausgangs ist es jetzt sogar noch einfacher, HD-Fernseher anzuschließen. Die BOSE® 3•2•1® Systems können DVDs in Full HD (bis zu 1080p) mit bester Bildqualität wiedergeben.

Interessiert? Dann rufen Sie uns einfach an!



Product designed by:



reddot design award
design team of the year 2008

Willkommen in der Audio-Zukunft!

BOSE[®]
Better sound through research[®]