

POS-MAIL

INFORMATIONEN FÜR HIGH-TECH-MARKETING

September 2006

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

7. Jahrgang • 51612

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



Für Individualisten
gibt es nur
eine Lösung.



Die.



Die.



Oder die.

Individual Compose.
Bild. Ton. Komposition.
Dieser einzigartige Flat-TV
mit integriertem HDTV-
Empfänger ist kombinierbar
mit über 30 Soundlösungen.
Probieren Sie es aus und
besuchen Sie uns auf der IFA,
Halle 6.2.

LOEWE.



Kurz vor der IFA 2006, die ja nun bekanntlich jährlich stattfindet, zeigten sich die Veranstalter zuversichtlich. Die CE-Industrie ist in den letzten Jahren beachtlich gewachsen. Zurückzuführen ist diese Entwicklung auf die große Attraktivität der innovativen digitalen Produkte und Dienste, die dem CE-Markt ein hohes Innovationstempo geben. „Die IFA 2006 wird Spiegelbild dieser rasanten Entwicklung sein. Die Zahl der Aussteller zeigt, daß die Entscheidung für eine jährliche IFA von der internationalen CE-Branche mitgetragen wird. Die IFA 2006 ist auf Erfolgskurs“, so Dr. Rainer Hecker, Aufsichtsratsvorsitzender der gfu.

Das IFA-Konzept wurde konsequent weiterentwickelt. Die IFA 2006 soll noch internationaler, unterhaltsamer, medienpolitischer und noch spezieller auf die Fachbesucher zugeschnitten sein, heißt es seitens der Veranstalter. Den Auftakt bildet die internationale Eröffnungsgala, an der führende internationale Entscheider der CE-Branche, des Handels, aus Politik und Medien teilnehmen werden. Eröffnet wird die IFA 2006 durch die Bundeskanzlerin, Dr. Angela Merkel; auch Bundespräsident Horst Köhler wird die erste jährliche IFA besuchen. In diesem Jahr sollen zudem zahlreiche Events und Auftritte von Stars und Sternchen den Stellenwert der IFA unterstreichen. Höhepunkte sind der Auftritt der internationalen

Top-Band a-ha, tägliche Konzerte im IFA-Sommergarten sowie ein Top-Act mit Dieter Thomas Kuhn. Neben Unterhaltung hat auch die Medienpolitik auf der IFA ihren angestammten Platz. Die Fachbesucher stehen als VIPs im besonderen Fokus. 2006 wird es erstmals ein internationales Handelsforum geben, das sich mit den neuesten Marktentwicklungen und Geschäftschancen aus der Sicht des Handels befaßt. Zudem setzt die IFA-Convention – das Kongreß- und Seminarprogramm zur Messe – mit aktuellen Themen und internationalen Referenten neue Akzente und bietet einen Blick in die Zukunft.



Sony stellt die neue Bravia X-Serie vor

Mit der Markteinführung der Bravia X-Reihe, der neuen Königsklasse, verstärkt Sony seine Position auf dem europäischen Markt für LCD-TVs ... S. 12



Fünf Lumix-Neuheiten von Panasonic

Fünf Neuheiten aus der erfolgreichen Lumix-Serie gehören jetzt zum Kameraportfolio von Panasonic. Darüber hinaus wurde ein Photo Player vorgestellt ... S. 30



Neue Design-Handys von BenQ Mobile

BenQ Mobile hat drei neue Mobiltelefone und ein Musik-accessoire vorgestellt, bei deren Entwicklung das Thema Design besonders wichtig war ... S. 43



DAEWOO
ELECTRONICS

LCD-TV DLP-42C1

IFA 2006
Halle 7.2.b

Gastkommentar Dr. Christian Göke, Geschäftsführer der Messe Berlin

Vielfalt in Bestform



Nach nur acht Monaten Vorbereitungszeit steht die IFA – Consumer Electronics unlimited kurz vor dem Start. Ausschlaggebend für den neuen jährlichen Rhythmus waren die Dynamik der CE-Branche und die herausragenden Ergebnisse zur IFA 2005. Durch die Jährlichkeit stärkt die IFA ihre Position im internationalen Vergleich der CE-Leitmessen.

Viele der ausstellenden Unternehmen haben ihre Flächen erweitert. Harman international belegt die nun größere und gesamte Halle 18. Unternehmen wie u.a. AMD, ATI, JVC, O₂, Sony Ericsson und Toshiba erweitern ihren Auftritt auf der IFA. Die Marken Acer, Beko, Daewoo, Deutsche Telekom, Fujitsu Siemens, Grundig, Haier, Hisense, LG Electronics, Loewe, Navigon, Philips, Samsung, Sharp, Tom Tom sowie Vestel zählen weiterhin zu den größten Ausstellern der IFA 2006. Der Markt hat mithin die Entscheidung pro Jährlichkeit begrüßt.

Produktneuheiten, Markenunternehmen, Entertainment und Shows sind die tragenden Säulen der IFA. Darin liegt die große Stärke und innere Kraft dieser Messe. Zu Beginn der IFA setzen wir mit Stars, Shows und Kult den „Big Bang“ schlechthin. Den fulminanten Auftakt bildet die IFA 2006 Opening Gala im Palais am Funkturm. Nur einen Tag nach der Deutschland-Premiere der neuesten Show Dralion präsentiert der Cirque du Soleil exklusive Show-Acts. Am 31. August gibt außerdem die norwegische Top-Band a-ha ihr Open Air-Konzert der Spitzenklasse, das im übrigen das einzige Deutschlandkonzert der drei Musiker in diesem Jahr ist. Gekrönt wird die Eröffnung der IFA 2006 durch das traditionelle Funkturmfeuerwerk gegen 22.45 Uhr mit einer musiksynchronen pyrotechnischen Inszenierung. An den Folgetagen präsentiert Antenne Brandenburg täglich ab 14 Uhr „Hits und Stars im IFA Sommergarten“. Abgerundet wird das Unterhaltungsprogramm im Sommergarten mit einem Konzert von Dieter Thomas Kuhn am 5. September, der im Rahmen seiner Welttournee 2006 „Einmal um die ganze Welt“ auf der IFA gastiert.

Die IFA punktet mit einer Vielzahl an Highlights: Sie bietet dem Besucher, ob privat oder vom Fach, den umfassendsten und besten Blick auf die neuesten Entwicklungen der Consumer Electronics. Täglich zweimal haben hochrangige internationale Persönlichkeiten der Marktführer bei den IFA International Keynotes das Wort. Die IFA Convention – Common Life Technologies wagt den Blick in die Zukunft.

Kurzum: Die IFA 2006 ist Vielfalt in Bestform. Innovationen, Marken, Medien und magische Momente machen die IFA zum CE-Highlight des Jahres. Das gibt es nur in Berlin.

Ich freue mich, Sie auf der IFA begrüßen zu dürfen.

Dr. Christian Göke

Wichtige Informationen rund um die Messeplanung

Kurz und bündig

IFA ist:

- die weltgrößte Messe für Consumer Electronics mit über 1.000 Ausstellern und insgesamt 245.849 Teilnehmern (2005)
- eine Fach- und Publikumsmesse zugleich, die besondere Services für die Fachbesucher sowie vielseitige Programmangebote und Events für Endverbraucher bietet.

Öffnungszeiten

1. bis 6.9.2006, 10 bis 18 Uhr

Registrierung und Ticket-Hotline

Die Registrierung als Fachbesucher ist an den Erwerb eines Fachbesuchertickets oder an das Einlösen eines Eintrittskartengutscheines gebunden. Sie erfolgt automatisch beim Kauf dieses Tickets bzw. beim Einlösen des Gutscheines. Registrieren Sie sich am besten schon im Vorfeld der IFA online im IFA Ticketshop. Der Fachbesucher-

tagesausweis kostet im Vorverkauf 28 Euro und an der Tageskasse 32 Euro.

Internationaler Fachbesucherempfang

Alle Fachbesucher werden in der Halle 1.1 auf einer Fläche von 800 m² herzlich willkommen geheißen.

Hier erwartet Sie:

- Fachbesucherfrühstück (kostenlos)
- Counterbereich mit fremdsprachigem Personal (englisch, französisch, spanisch, polnisch, russisch, japanisch, chinesisches, koreanisch, arabisch)
- Internetlounge, mit kostenfreiem Internetzugang, Ausgabe Fachbesucherpackage (IFA-Katalog, Touristeninformationen und Gutscheine für Ihren Berlin-Besuch)

Bereits um 8.00 Uhr, d. h. zwei Stunden vor dem offiziellen Messebeginn, öffnet der Südeingang exklusiv für Fachbesucher. Von hier aus gelangen Sie bequem zum Internationalen Fachbesucher Empfang in Halle 1.1.

Führungen

Fachbesucher haben die Möglichkeit, an thematischen Führungen über das IFA Messegelände teilzunehmen. Pro Thema treffen die Teilnehmer zwei bis drei innovative Firmen des entsprechenden Themenbereiches, erfahren von Experten, wie die Produkte funktionieren, und können Fragen stellen. Die Führungen erleichtern den Händlern den Kontaktaufbau zu einzelnen Firmen.

Kongresse und Fachforen

IFA Convention – Common Life Technologies: Kongresse und Tagungen rund um die neuesten Entwicklungen in der Medienlandschaft, den Consumer Electronics sowie der Informations- und Kommunikationstechnologie.

IFA International Keynotes: Führende Manager der CE-Branche sprechen zu aktuellen Themen, allmorgendlich an den ersten vier IFA Messetagen, exklusiv für Fachbesucher und Journalisten.

Wichtige Aussteller nach Hallen

Halle 1

expert AG	1/105
Fujitsu Siemens Computers GmbH	2
Gericom AG	2/206
Hauppauge Computer Works GmbH	2/208
Medion AG	2/204
Microsoft GmbH	2/115
Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH	2/225
Netgear Deutschland GmbH	104b
Olivetti Deutschland GmbH	2/226
Phocus Electronics B.V.	2/205
Plus X Award – Hall of Fame	2/118
SanDisk	2/104c
Thomson Vertriebs GmbH	1/110
Tobit Software AG	2/224
Yakumo GmbH	2/201

Halle 2

Aiptek International GmbH	1/138
Archos Deutschland GmbH	1/106
Canopus GmbH	1/151
dnt Drahtlose Nachrichtentechnik GmbH	1/145
Fuji Magnetics GmbH	1/147
Glyn GmbH & Co. KG	126
Gravis Computervertriebs GmbH	1/115
Maxfield GmbH	1/110
Nero AG	1/134
Technaxx Europe GmbH	1/128
TerraTec Electronic GmbH	1/154
TrekStor GmbH & Co. KG	1/142
Ulead Systems GmbH	1/156
Verbatim GmbH	1/152

Halle 3

Eton Corporation	2/105
Funai Electric Co., Ltd.	2/107
Haier Deutschland GmbH	2/102
Hama GmbH & Co KG	2/107
Porsche Design	105
Sharp Electronics (Europe) GmbH	2/1.01

Halle 4

Herweck AG	2/204
KOMSA Kommunikation Sachsen AG	2/213
my-eXtra	2/209
O ₂ (Germany) GmbH & Co. OHG	2/101
Pinnacle Industries Co., Ltd.	1/406
Sony Ericsson Mobile Communications International AB	2/102
Vivanco Gruppe AG	2/201

Halle 5

JVC Deutschland GmbH	2/104
----------------------	-------

Halle 6

Loewe AG	2
Deutsche Telekom AG	2/101

Halle 7

Daewoo Electronics Europe GmbH	2/b101
quadral GmbH & Co. KG	2a/100

Halle 8

Falk Marco Polo Interactive GmbH	1/114
Funkwerk Dabendorf GmbH	1/123
klickTel AG	1/111
Navigon AG	1/112
TomTom International BV	1/116
Vestel	2/101

Halle 10

Beko Elektronik A.S.	2/101
Hama GmbH & Co KG	2/102

Halle 11

LG Electronics Deutschland GmbH	2
Monster Europe Ltd.	1/150

Halle 12

E + K Data AG	123
Magnat Audio-Produkte GmbH	10
NextBase B.V.	122

Halle 13

KEF/GP Acoustics	101
------------------	-----

Halle 15

beyerdynamic GmbH & Co. KG	1/114
Dahl Audio Electronic GmbH	1/104
Hermstedt AG	1/116
Marantz GmbH	1/115
Oehlbach Kabel GmbH	1/102
sonoro audio GmbH & Co. KG	1/111
Teac Europe GmbH	1/107
Tivoli Audio LLC	1/109

Halle 16

Lautsprecher Teufel GmbH	101
Raeke HiFi Vertrieb GmbH	101

Halle 17

Clarion Europa GmbH	105
Denon Deutschland GmbH	106

Kenwood Electronics Deutschland GmbH	102
--------------------------------------	-----

Pioneer Electronics Deutschland GmbH	101
Yamaha Elektronik Europa GmbH	104

Halle 18

AKG Acoustics GmbH	101
Harman Consumer Group International	101
Infinity	101
Mark Levinson-Sun Audio GmbH	101

Halle 20

Samsung Electronics GmbH	
--------------------------	--

Halle 21

Toshiba Europe GmbH	101
---------------------	-----

Halle 22

Philips GmbH	
--------------	--

Halle 23

Grundig Intermedia GmbH	b
Hitachi Digital Media Group	106
Maxell Europe Ltd.	106
Telefunken	108

Halle 25

Clatronic International GmbH	119
CyberHome Europe AG	125
Dantax Scandinavia A/S	129
DK digital GmbH	125
Hannspree Europe GmbH	123
Hisense Co., Ltd.	108
One For All GmbH	116
Tatung Netherlands BV	118
Umax Systems GmbH	135

Halle 26

Acer Computer GmbH	121
Buffalo Technology Deutschland	302
G-Hanz Sampo GmbH	315
Humax Digital GmbH	109
Hyundai IT Europe GmbH	310
Ingram Micro Distribution GmbH	302
Linksys	114
Lite-On IT BV	103
Logitech GmbH	126
Mitsubishi Electric Europe B.V. 101/102	
TDK Marketing Europe GmbH/Blu-ray Disc Ass.	201

Halle 32

Schnepel GmbH & Co. KG	207
------------------------	-----

Aussteller nach Produktgruppen

TELEVISION & ENTERTAINMENT

TV, Video, Home Cinema, Vollsortimenter, Medien

Fernsehergeräte CRT

Beko Elektronik A.S.
Clatronic International GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Hannspree Europe GmbH
Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Telefunken
Toshiba Europe GmbH
Vestel

Rückpro-TV-Geräte

Hisense Co., Ltd.
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Toshiba Europe GmbH

LCD-TV-Geräte

Acer Computer GmbH
Archos Deutschland GmbH
Clatronic International GmbH
CyberHome Europe AG
Daewoo Electronics Europe GmbH
Dantax Scandinavia A/S
DK digital GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Funai Electric Co.,Ltd.
G-Hanz Sampo GmbH
Gericom AG
Grundig Intermedia GmbH
Haier Deutschland GmbH
Hisense Co., Ltd.
Hitachi Digital Media Group
Humax Digital GmbH
Hyundai IT Europe GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
JVC Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
NextBase B.V.
Philips GmbH
Phocus Electronics B.V.
Plus X Award – Hall of Fame

quadral GmbH & Co. KG
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Tatung Netherlands BV
Telefunken
Toshiba Europe GmbH
Ulead Systems GmbH
Umax Systems GmbH
Vestel
Yakumo GmbH

Plasma/TV-Geräte

Acer Computer GmbH
Clatronic International GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Dantax Scandinavia A/S
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Funai Electric Co.,Ltd.
G-Hanz Sampo GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Haier Deutschland GmbH
Hisense Co., Ltd.
Hitachi Digital Media Group
Humax Digital GmbH
Hyundai IT Europe GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG
Philips GmbH
Phocus Electronics B.V.
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
quadral GmbH & Co. KG
Samsung Electronics GmbH
Tatung Netherlands BV
Telefunken
Toshiba Europe GmbH
Vestel

Projektoren

Acer Computer GmbH
Clatronic International GmbH
Hitachi Digital Media Group
Ingram Micro Distribution GmbH
JVC Deutschland GmbH

LG Electronics Deutschland GmbH
Mitsubishi Electric Europe B.V.
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH

Personal Video Recorder

Archos Deutschland GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Humax Digital GmbH
NextBase B.V.
Thomson Vertriebs GmbH

DVD-Player

Clatronic International GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Denon Deutschland GmbH
Eton Corporation
Funai Electric Co.,Ltd.
Grundig Intermedia GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Lite-On IT BV

Loewe AG

Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH
NextBase B.V.
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Porsche Design
Samsung Electronics GmbH
Thomson Vertriebs GmbH
Toshiba Europe GmbH
Umax Systems GmbH
Yakumo GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH

DVD-Recorder

Daewoo Electronics Europe GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Hitachi Digital Media Group
Ingram Micro Distribution GmbH
JVC Deutschland GmbH

LG Electronics Deutschland GmbH
Lite-On IT BV
Loewe AG
Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Tatung Netherlands BV
Thomson Vertriebs GmbH
Yakumo GmbH

Festplattenrecorder

Daewoo Electronics Europe GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Hitachi Digital Media Group
Humax Digital GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
JVC Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Lite-On IT BV
Loewe AG
Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Thomson Vertriebs GmbH

Yakumo GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH
Mediacenter
Buffalo Technology Deutschland
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Humax Digital GmbH
Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Yakumo GmbH
Zubehör
Dantax Scandinavia A/S
dnt Drahtlose
Nachrichtentechnik GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Hama GmbH & Co KG
Hermstedt AG
Ingram Micro Distribution GmbH
JVC Deutschland GmbH
Loewe AG
Magnat Audio-Produkte GmbH
Monster Europe Ltd.
Oehlbach Kabel GmbH
One For All GmbH
Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Schnepel GmbH & Co. KG
TDK Marketing Europe GmbH/
Blu-ray Disc Ass.
Thomson Vertriebs GmbH
Vivanco Gruppe AG

PERSONAL COMPUTING & GAMES

Hardware, Software, Home Office, Edutainment

Notebook

Acer Computer GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Gericom AG
LG Electronics Deutschland GmbH
Medion AG
Microsoft GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Yakumo GmbH

Monitore

Acer Computer GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Gericom AG
Hyundai IT Europe GmbH

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

Drucker

Olivetti Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH

Speicher

Buffalo Technology Deutschland
Philips GmbH
TrekStor GmbH & Co. KG
Verbatim GmbH

PDA

Acer Computer GmbH
Archos Deutschland GmbH
Fujitsu Siemens Computers GmbH
Yakumo GmbH

Zubehör

beyerdynamic GmbH & Co KG
Hama GmbH & Co KG
Logitech GmbH
Monster Europe Ltd.
Philips GmbH
Tatung Netherlands BV
Tobit Software AG
Vivanco Gruppe AG

SOUND & CAR MEDIA

HiFi, HighEnd, Car-HiFi, Navigation, Mobile Media

Portable Audio

Archos Deutschland GmbH
Daewoo Electronics Europe GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Magnat Audio-Produkte GmbH
Maxfield GmbH
NextBase B.V.
Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Technaxx Europe GmbH
Thomson Vertriebs GmbH

Surround

AKG Acoustics GmbH
CyberHome Europe AG
Daewoo Electronics Europe GmbH
Denon Deutschland GmbH
Gravis Computervertriebs GmbH

Harman Consumer Group
International
Hermstedt AG
Infinity
KEF/GP Acoustics
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Linksys
Loewe AG
Medion AG
Philips GmbH
Pinnacle Industries Co., Ltd.
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
quadral GmbH & Co. KG
Samsung Electronics GmbH
Sharp Electronics (Europe) GmbH
Thomson Vertriebs GmbH

Lautsprecher

Denon Deutschland GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH

Loewe AG

Magnat Audio-Produkte GmbH
Philips GmbH
Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
quadral GmbH & Co. KG
Samsung Electronics GmbH
Ulead Systems GmbH
Umax Systems GmbH
Yamaha Elektronik Europa GmbH

DAB

Kenwood Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame

CD

Denon Deutschland GmbH
Fuji Magnetics GmbH
Grundig Intermedia GmbH
Kenwood Electronics Deutschland GmbH
LG Electronics Deutschland GmbH
Loewe AG

POs-MAIL INHALT

Interview mit Manfred Gerdes,
Geschäftsführer der Sony
Deutschland GmbH ... 8

Metz optimiert Marketing,
Vertrieb und Service ... 9

Samsung auf der IFA:
Neuheiten und ein neues
Partnerkonzept ... 10

Sonys neue Königsklasse:
Bravia X LCD-TVs ... 12

Neue LCD-TVs der
Grundig Lenaro-Serie ... 13

Flachdisplays:
Markttrends ... 14

Pioneer stellt sechs
neue Plasma-TVs vor ... 16

Samsungs neues
NV-Kamerakonzept ... 17

Fernsehspaß auf dem Handy ... 18

Toshiba zündet zur IFA ein
Produkt-Feuerwerk ... 19

Hitachi präsentiert auf der
IFA neue Hybrid-Camcorder ... 20

The Harman Galaxy ... 22

Neue LG Plasma- und
LCD-TVs zur IFA ... 24

Thomson AVA setzt
auf digitale Konvergenz ... 26

Packard Bell Compasso
610NE: Navi und Entertainer ... 28

Weltweit erstes Notebook
mit Skype-Ruftaste
von Packard Bell ... 28

Panasonic rundet das
Kameraportfolio mit fünf
Lumix-Neuheiten ab ... 30

photokina-Guide ... 31

**Aussteller nach
Produktgruppen ... 32**

**Wichtige Aussteller
nach Hallen ... 33**

**Allgemeine
Informationen ... 34**

Samsungs neuer Monitor
SyncMaster 971P ... 37

e/home Kongreßprogramm
2006: Mehrwert und
Nutzen kommunizieren ... 38

Archos präsentiert neue
mobile Videoplayer ... 38

Talkline modernisiert
sein Möbelkonzept ... 40

T-One ist T-Coms erste
Telefonie-Konvergenzlösung ... 42

Neue Design-Handys
von BenQ Mobile ... 43

debitel präsentiert
neues Shopdesign ... 44

Plus X Award auf der IFA 2006 –
Ausgezeichnete Produkte in
der Hall of Fame ... 45

Tk-Nachrichten ... 39

Tk-Neuheiten ... 40, 41

Neuheiten ... 11, 20, 36, 60

Aktuell ... 6, 24, 36, 44, 60

Kleinanzeigen ... 61

No(?)Sense ... 62

Impressum ... 62

SOUND & CAR MEDIA

HiFi, HighEnd, Car-HiFi, Navigation, Mobile Media

Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 sonoro audio GmbH & Co. KG
 Thomson Vertriebs GmbH
 Yamaha Elektronik Europa GmbH
DVD
 Daewoo Electronics Europe GmbH
 Denon Deutschland GmbH
 Fuji Magnetics GmbH
 Kenwood Electronics Deutschland GmbH
 LG Electronics Deutschland GmbH
 Loewe AG
 Maxfield GmbH
 Monster Europe Ltd.
 NextBase B.V.
 Philips GmbH
 Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Samsung Electronics GmbH
 Thomson Vertriebs GmbH
DVD (HD/Blu-Ray)
 Daewoo Electronics Europe GmbH
 Ingram Micro Distribution GmbH
 LG Electronics Deutschland GmbH
 Philips GmbH

Pioneer Electronics Deutschland GmbH
 Samsung Electronics GmbH
 Sharp Electronics (Europe) GmbH
 Thomson Vertriebs GmbH
Car Entertainment
 AKG Acoustics GmbH
 Archos Deutschland GmbH
 Clarion Europa GmbH
 Clatronic International GmbH
 Daewoo Electronics Europe GmbH
 Hama GmbH & Co KG
 Harman Consumer Group International
 Kenwood Electronics Deutschland GmbH
 KOMSA Kommunikation Sachsen AG
 LG Electronics Deutschland GmbH
 NextBase B.V.
 Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Yakumo GmbH
Navigation
 Daewoo Electronics Europe GmbH



Falk Marco Polo Interactive GmbH
 Fujitsu Siemens Computers GmbH
 Funkwerk Dabendorf GmbH
 G-Hanz Sampo GmbH

SOUND & CAR MEDIA

HiFi, HighEnd, Car-HiFi, Navigation, Mobile Media

Kenwood Electronics Deutschland GmbH
 KlickTel AG
 LG Electronics Deutschland GmbH
 Maxfield GmbH
 Navigon AG
 Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Tatum Netherlands BV
 Thomson Vertriebs GmbH
 TomTom International BV
 Umax Systems GmbH
 Yakumo GmbH
Zubehör
 beyerdynamic GmbH & Co. KG
 Clatronic International GmbH
 CyberHome Europe AG
 Dahl Audio Electronic GmbH
 Dantax Scandinavia A/S
 DK digital GmbH
 dnt Drahtlose
 Nachrichtentechnik GmbH
 Eton Corporation
 Hama GmbH & Co KG

JVC Deutschland GmbH
 Kenwood Electronics Deutschland GmbH
 Lautsprecher Teufel GmbH
Logitech GmbH
 Marantz GmbH
 Mark Levinson-Sun Audio GmbH
 Maxell Europe Ltd.
 Monster Europe Ltd.
 Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH
 Oehlbach Kabel GmbH
 One For All GmbH
 Pinnacle Industries Co., Ltd.
 Pioneer Electronics Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Porsche Design
 quadral GmbH & Co. KG
 Raeke HiFi Vertrieb GmbH
 Teac Europe GmbH
 TerraTec Electronic GmbH
 Thomson Vertriebs GmbH
 Tivoli Audio LLC
 Ulead Systems GmbH
 Vivanco Gruppe AG

DIGITAL IMAGING & DIGITAL MUSIC

Film, Foto & Musik: Aufnahme, Übertragung, Nutzung

Digitalkameras
 Acer Computer GmbH
 CyberHome Europe AG
 KOMSA Kommunikation Sachsen AG
 Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Samsung Electronics GmbH
 Technaxx Europe GmbH
 Yakumo GmbH
Speichermedien
 Glyn GmbH & Co. KG
 Hama GmbH & Co KG
 Ingram Micro Distribution GmbH
 KOMSA Kommunikation Sachsen AG

LG Electronics Deutschland GmbH
 Maxell Europe Ltd.
 SanDisk
 Toshiba Europe GmbH
 Verbatim GmbH
 Vivanco Gruppe AG
Digitale Camcorder
 Hitachi Digital Media Group
 JVC Deutschland GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Samsung Electronics GmbH
 Technaxx Europe GmbH
 Yakumo GmbH

Video-Nachbearbeitung
 Canopus GmbH
 Microsoft GmbH
 Ulead Systems GmbH
MP3-Player
 Acer Computer GmbH
 Archos Deutschland GmbH
 Daewoo Electronics Europe GmbH
 Eton Corporation
 Fujitsu Siemens Computers GmbH
 Gravis Computervertriebs GmbH
 Grundig Intermedia GmbH
 Hama GmbH & Co KG
 Ingram Micro Distribution GmbH

LG Electronics Deutschland GmbH
 Magnat Audio-Produkte GmbH
 Maxfield GmbH
 Medion AG
 Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Porsche Design
 Samsung Electronics GmbH
 Technaxx Europe GmbH
 Thomson Vertriebs GmbH
 TrekStor GmbH & Co. KG
 Ulead Systems GmbH
 Vivanco Gruppe AG
 Yakumo GmbH

Zubehör
 Archos Deutschland GmbH
 Hama GmbH & Co KG
 KOMSA Kommunikation Sachsen AG
 Monster Europe Ltd.
 Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Vivanco Gruppe AG

PERSONAL COMMUNICATION

Telekommunikation, UMTS, Internet

Festnetz
 Deutsche Telekom AG, T-Com
 Herweck AG
 Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
VoIP
 Deutsche Telekom AG, T-Com
 Hama GmbH & Co KG
 Herweck AG
 Nero AG
 Philips GmbH
DECT
 Deutsche Telekom AG, T-Com
 Herweck AG
 Maxfield GmbH
 Philips GmbH

Plus X Award – Hall of Fame
Freisprechanlagen
 Hama GmbH & Co KG
 Herweck AG
Plus X Award – Hall of Fame
Mobiltelefone
 Deutsche Telekom AG, T-Com
 Grundig Intermedia GmbH
 Herweck AG
 Hisense Co., Ltd.
 KOMSA Kommunikation Sachsen AG
 LG Electronics Deutschland GmbH
 O2 (Germany) GmbH & Co. OHG
Plus X Award – Hall of Fame
 Samsung Electronics GmbH
 Sharp Electronics (Europe) GmbH

Sony Ericsson Mobile Communications International AB
 Toshiba Europe GmbH
Handy-TV
 LG Electronics Deutschland GmbH
 O₂ (Germany) GmbH & Co. OHG
Plus X Award – Hall of Fame
 Samsung Electronics GmbH
 Sharp Electronics (Europe) GmbH
Wireless LAN
 Buffalo Technology Deutschland
 Deutsche Telekom AG
 Herweck AG
 Medion AG
 Netgear Deutschland GmbH
 Philips GmbH

Yakumo GmbH
DSL-Anbieter
 Deutsche Telekom AG, T-Com
 Herweck AG
Webcams
 Fujitsu Siemens Computers GmbH
 Hama GmbH & Co KG
 Herweck AG
 Logitech GmbH
 Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH
 Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Technaxx Europe GmbH

Zubehör
 Deutsche Telekom AG
 Funkwerk Dabendorf GmbH
 Hama GmbH & Co KG
 Herweck AG
 KOMSA Kommunikation Sachsen AG
 Monster Europe Ltd.
 Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH
 my-eXtra
 O₂ (Germany) GmbH & Co. OHG
Plus X Award – Hall of Fame
 Sony Ericsson Mobile Communications International AB
 Technaxx Europe GmbH
 Vivanco Gruppe AG

SNC SATELITE, NETWORKS & CABLE

Terrestrik, Satellit, Kabel, Decoder, Networks, Home Security & Automation

Sat-Receiver
 Clatronic International GmbH
 Daewoo Electronics Europe GmbH
 Grundig Intermedia GmbH
 Hauppauge Computer Works GmbH
 Humax Digital GmbH
 Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH
 Philips GmbH

Samsung Electronics GmbH
 Tatum Netherlands BV
 Thomson Vertriebs GmbH
 Ulead Systems GmbH
 Umax Systems GmbH
DVB-T-Receiver
 Aiptek International GmbH
 Archos Deutschland GmbH
 Daewoo Electronics Europe GmbH

Grundig Intermedia GmbH
 Humax Digital GmbH
 Ingram Micro Distribution GmbH
 Maxfield GmbH
 NextBase B.V.
 Philips GmbH
 Samsung Electronics GmbH
 Tatum Netherlands BV
 Technaxx Europe GmbH

TerraTec Electronic GmbH
 Thomson Vertriebs GmbH
 Yakumo GmbH
Zubehör
 CyberHome Europe AG
 Hama GmbH & Co KG
 Hermstedt AG
 Linksys

Monster Europe Ltd.
 Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH
 Philips GmbH
Plus X Award – Hall of Fame
 Thomson Vertriebs GmbH
 Vivanco Gruppe AG



Das Pauschalpaket für Deutschland:

Telefonieren ins Festnetz & DSL-Surfen, so viel Sie wollen!

Ein Jahr für nur
€ 9,95*
im Monat!



* Paketangebot gilt bis 17.9.2006 und besteht aus einem DSL-Anschluss, einem DSL-Tarif, DSL Telefonie flat und Hardware. DSL-Anschluss 6000 für 24,99 €/Monat ohne Bereitstellungspreis. Tarif dsl flat für 9,95 €/Monat. DSL Telefonie flat für 9,95 €/Monat (beinhaltet alle Gespräche über das Internet ins nationale Festnetz und gilt nur für Hauptnutzer). DSL-Modem einmalig 29,99 €. Bei dieser Aktion erfolgt 12 Monate lang eine Gutschrift von 9,95 €/Monat auf Ihrer Telefonrechnung. Bei Versand des Pakets zzgl. 9,99 €. Mindestvertragslaufzeit 24 Monate. Paketangebot ist in vielen Anschlussbereichen verfügbar, setzt einen Telefonanschluss von T-Com voraus und gilt für Kunden, die in den letzten 3 Monaten keinen T-Online DSL-Anschluss hatten.

** Das Angebot gilt z. B. in Verbindung mit der Beauftragung obigen Paketes.

Ein pauschaler Preis. Jetzt einsteigen und auf Wunsch mit Komplett-Service!

Telefonieren ins Festnetz und DSL-Surfen, so viel Sie wollen: T-Com präsentiert die Doppel-Flatrate für 9,95* Euro im Monat – das Pauschalpaket für Deutschland! Auf Wunsch auch mit unserem praktischen Komplett-Service für einmalig 49,99** Euro inkl. DSL-Installation.

Jetzt bestellen im T-Punkt, unter 0800 33 01000 oder auf www.t-com.de

T · · Com · · ·

Erleben Sie's einfach!

Die wichtigsten Aussteller von A–Z

A

Acer Computer GmbH	26/121
Aiptek International GmbH	2.1/138
AKG Acoustics GmbH	18/101
Archos Deutschland GmbH	2.1/106

B

Beko Elektronik A.S.	10.2/101
beyerdynamic GmbH & Co. KG	15.1/114
Buffalo Technology Deutschland	26/302

C

Canopus GmbH	2.1/151
Clarion Europa GmbH	17/105
Clatronic International GmbH	25/119
CyberHome Europe AG	25/124

D

Daewoo Electronics Europe GmbH	7.2 b/101
Dahl Audio Electronic GmbH	15.1/104
Dantax Scandinavia A/S	25/129
Denon Deutschland GmbH	17/106
Deutsche Telekom AG, T-Com	6.2/101
DK digital GmbH	25/125
dnt Drahtlose Nachrichtentechnik GmbH	2.1/145

E

E & K Data AG	12/123
Eton Corporation	3.2/105
expert AG	1.1/105

F

Falk Marco Polo Interactive GmbH	8.1/114
Fuji Magnetics GmbH	2.1/147
Fujitsu Siemens Computers GmbH	1.2
Funai Electric Co., Ltd.	3.2/107
Funkwerk Dabendorf GmbH	8.1/123

G/H

G-Hanz Sampo GmbH	26/315
Gericom AG	1.2/206
Glyn GmbH & Co. KG	2.1/126
Gravis Computervertriebs GmbH	2.1/115
Grundig Intermedia GmbH	23 b
Haier Deutschland GmbH	3.2/102
Hama GmbH & Co KG	10.2/102
Hannspree Europe GmbH	25/123

Harman Consumer Group International	18/101
Hauptpauge Computer Works GmbH	1.2/208
Hermstedt AG	15.1/116
Herweck AG	4.2/204
Hisense Co., Ltd.	25/108
Hitachi Digital Media Group	23/106
Dornacher Str. 3 • 85622 Feldkirchen	
Tel.: 089/99180 - 0 • Fax: 089/9918 - 353	
www.hitachidigitalmedia.com	
Humax Digital GmbH	26/109
Hyundai IT Europe GmbH	26/310
Geheimrat-Hummel-Platz 2 • 65239 Hochheim	
Tel.: 06146/904-210 • www.hyundailt.eu	

I/J

Infinity	18/101
Ingram Micro Distribution GmbH	26/302
Heisenbergbogen 3 • 85609 Dornach b. München	
Tel.: 089/4208 - 1703 • Fax: 089/4208 - 1504	
www.ingrammicro.de	
JVC Deutschland GmbH	5.2/104

K

KEF/GP Acoustics	13/101
Kenwood Electronics Deutschland GmbH	17/102
klickTel AG	8.1/111
• KlickTel stellt die nächste Generation des klickTel Navigator vor. Das erste Navigationssystem mit Telefon- und Branchenbuch enthält u.a.: 4,3" Bildschirm im 16:9 Format, TMCpro, Radarfallenwarnung.	
KOMSA Kommunikation Sachsen AG	4.2/213

L

Lautsprecher Teufel GmbH	16/101
LG Electronics Deutschland GmbH	11.2
Linksys	26/114
Lite-On IT BV	26/103
• Lite-On präsentiert auf der IFA unter anderem einen Blu-ray-DiscPlayer sowie ein Blu-ray-Disc kompatibles optisches Laufwerk. Zu sehen gibt es die innovativen Lite-On Geräte in Halle 26, Stand 103.	
Loewe AG	6.2
Logitech GmbH	26/126

M

Magnat Audio-Produkte GmbH	12.1/10
Marantz GmbH	15.1/115

Mark Levinson-Sun Audio GmbH	18/101
Maxell Europe Ltd.	23/106
Maxfield GmbH	2.1/110
• Maxfield präsentiert den ultra portablen und besonders schicken MAX-SIN Touch. Der kleine MP3 Spieler wiegt nur 30,5 g und hat die Traummaße 80,7 x 33,5 x 7,5 mm.	
Medion AG	1.2/204
Microsoft GmbH	1.2/115
Mitsubishi Electric Europe B.V.	26/101-102

Electronic Visual Systems	
Niederlassung Deutschland	
Gothaer Str. 8 • 40880 Ratingen	
Tel.: 02102/486-9250 • Fax: 02102/486-7320	
www.mitsubishi-evs.de	
• Mitsubishi Electric präsentiert den HC5000: der erste LCD-Heimkinoprojektor im Sortiment mit voller HD-Auflösung. Weitere HDready-Neuheiten: HC3100 (HC3000 Nachfolger) und das Einstiegsgerät HC1100.	
Monster Europe Ltd.	11.1/150
Mustek Optic-Computer & Communication Intern. GmbH	1.2/225
my-eXtra	4.2/209

N

Navigon AG	8.1/112
Nero AG	2.1/134
Netgear Deutschland GmbH	1.2/104b
NextBase B.V.	12/122
• Innovationen auf der IFA: neuer portabler DVB-T Fernseher und DVD-Player mit TV- und Multimedia-Funktion: TVM 536 X – selbstentwickelte High-Speed DVB-T Lösung für TVs bei bis zu 200 km/h im Auto.	

O/P

O ₂ (Germany) GmbH & Co. OHG	4.2/101
Oehlbach Kabel GmbH	15.1/102
Olivetti Deutschland GmbH	1.2/226
One For All GmbH	25/116
Philips GmbH	22
Phocus Electronics B.V.	1.2/205
Pinnacle Industries Co., Ltd.	4.1/406
Pioneer Electronics Deutschland GmbH	17/101
Plus X Award - Hall of Fame	1.2/118
Montanusstr. 62 • 41515 Grevenbroich	
Tel.: 02181/28595 - 0 • Fax: 02181/28595-199	
www.plusxaward.de	
• Die Hall of Fame präsentiert die Plus X Award Gewinner. Exponate aus 8 Produktgruppen zeigen die Leistungen echter Markenqualität. Auf 440 qm wer-	

den Technologien erlebbar, die in Innovation, Design, Bedienkomfort & Ökologie überzeugen.	
Porsche Design	3.2/105

Q/R/S

quadral GmbH & Co. KG	7.2a/100
Raeke HiFi Vertrieb GmbH	16/101
Samsung Electronics GmbH	20
SanDisk	1.2/104c
Schnepel GmbH & Co. KG	3.2/207
Sharp Electronics (Europe) GmbH	3.2/1.01
sonoro audio GmbH & Co. KG	15.1/111
Sony Ericsson Mobile Communications International AB	4.2/102

T

T-Com, Deutsche Telekom AG	6.2
Tatung Netherlands BV	25/118
Bijsterhuizen 25-14 • NL-6604 LN Wjchen	
Tel.: 0031/243287 - 200 • Fax: 0031/243287-211	
www.tatung.com	
• Tatung präsentiert neben neuen LCD-TVModellen Kopfhörer, die auf der neuartigen, ohrschonenden Reverse Sound Technology basieren. Weiter werden verschiedene Set-Top-Boxen, Optical/Wireless HDMI-Lösungen und GPS-Systeme ausgestellt.	

TDK Marketing Europ GmbH/	
Blu-ray Disc Ass.	26/201
Teac Europe GmbH	15.1/107
Technaxx Europe GmbH	2.1/128
Telefunken	23/108
TerraTec Electronic GmbH	2.1/154
Thomson Vertriebs GmbH	1.1/110
Karl-Wiechert-Allee 74 • 30625 Hannover	
Tel.: 0511/418 - 0 • Fax: 0511/418-2300	
www.thomson.de	
Tivoli Audio LLC	15.1/109
Tobit Software AG	1.2/224
TomTom International BV	8.1/116
Toshiba Europe GmbH	21/101
TrekStor GmbH & Co. KG	2.1/142

U/V/W

Ulead Systems GmbH	2.1/156
Umax Systems GmbH	25/135
Verbatim GmbH	2.1/152
Vestel	8.2/101
Vivanco Gruppe AG	4.2/201

X/Y/Z

Yakumo GmbH	1.2/201
Yamaha Electronic Europa GmbH	17/104

PoS Aktuell

Das „Who is Who der CE Branche“ soll erscheinen

Im März 2007 wird das erste „Who is Who der CE Branche“ als umfassendes Gesamtwerk in Buchform erscheinen. Aufgenommen werden alle Unternehmen der Unterhaltungselektronik, IT, Foto, Haushaltsgeräte, Computer und Peripherie, Mobilfunk, Netzbetreiber und Einkaufsverbände. Das Nachschlagewerk richtet sich an Mitarbeiter und Fachkräfte aller Vertriebskanäle und soll als Begleiter für die tägliche Arbeit dienen. Die deut-



sche Erstausgabe liefert zum ersten Mal in gebündelter Form wichtige Hintergrundinformationen zu den bedeutendsten Herstellern der Branche. Das Werk gibt Auskunft über Geschichte, Unternehmensphilosophie, Sortimentsschwerpunkte und Persönlichkeiten der führen-

den Lieferanten. Außerdem werden Firmen vorgestellt, die den CE Markt der Zukunft maßgeblich mitbestimmen werden und solche, die bereits heute spezielle Unterhaltungslösungen anbieten und besonders für versierte Handelspartner interessant sind. Abgerundet wird das Buch inhaltlich mit dem Sonderteil Designer, in dem bekannte und aufstrebende Designer der Branche porträtiert werden. Herausgeber des Buches ist der MMC Verlag, Büro Düsseldorf, Franz Müntz, Annastraße 17, 40477 Düsseldorf, Telefon 0172/6846612, E-Mail franz.muentz@mmcverlag.de. Dort können auch ausführliche Informationen und die Ausschreibungsunterlagen angefordert werden.

SanDisk übernimmt msystems

SanDisk Corporation und msystems Ltd. haben die Übernahme von msystems durch SanDisk vereinbart. Der Zusammenschluß vereint zwei Unternehmen, die Pioniere bei Flash-Speichern sind und deren Produkte, Kunden und Vertriebskanäle sich den Angaben zufolge perfekt ergänzen. Der Zusammenführung von Mitarbeitern, Technologien, Herstellungs- und IP-Prozessen beider Unternehmen fällt eine wichtige Rolle bei der Erschließung neuer Märkte und der Einführung von Flash-Speicherprodukten bei bereits existierenden anderen Speicheranwendungen zu. „Seit fast 18 Jahren sind SanDisk und msystems die führenden Innovatoren auf dem Markt für Flash-Speichermedien. Durch diese strategi-

sche Akquisition stehen uns wichtige Massen- und Zusatzprodukte, Kunden, Vertriebskanäle, Technologien und Produktionsverfahren zur Verfügung, mit denen wir unseren gemeinsamen Zielen näher kommen wollen“, erläuterte Eli Harari, Chairman und CEO bei SanDisk. „msystems ist führend bei Flash-Speichersystemen und bietet Lösungen für Mobiltelefone, tragbare Geräte und integrierte Systeme. SanDisk ist für die Schaffung neuer Marktkategorien, seine erstklassigen Herstellungsprozesse und seine Marktführerschaft in den Vertriebskanälen bekannt.“ Dov Moran, President und CEO bei msystems, ergänzte: „Wir sind sehr stolz auf das, was wir bisher erreicht haben. Dieses strategisch wichtige Geschäft ermöglicht es uns, unsere OEM-Kunden auch weiterhin voll zu unterstützen und unsere Innovationskraft und Produkte weiter zu stärken, indem wir die führenden, kostengünstigen SanDisk-Produktionskapazitäten nutzen. Synergie ist ein zentrales Thema bei diesem Zusammenschluß, das Technologien, Produkte und Kunden einschließt. Aufgrund unserer gemeinsamen Visionen sowie unserer bisherigen erfolgreichen Zusammenarbeit bin ich davon überzeugt, daß wir die von uns gesetzten Ziele erreichen können.“

SanDisk ist der weltweit größte Lieferant von Flash-Speicherkartenprodukten und entwickelt, produziert und vertreibt genormte, solid-state data Produkte zur Speicherung von Digitalbildern und Audio-dateien. Bei allen SanDisk Produkten kommt die patentierte HD-Flashspeicher- und Controller-Technologie zum Einsatz.

Michael Kurpiers ist neuer Marketingleiter bei Samsung

Michael Kurpiers ist seit dem 1. August neuer Leiter Marketing bei Samsung Electronics. Er trat die Nachfolge von Thomas Ferrero an, der Ende Juni neue Aufgaben innerhalb des Samsung Konzerns in Österreich übernahm. Kurpiers begann seine berufliche Karriere 1991 bei Philips im Bereich Consumer Electronics.



Im Jahr 2000 setzte er seine erworbene Marketingexpertise in der Unterhaltungselektronik bei Sharp in Hamburg ein und verantwortete dort die Markteinführung der ersten LCD TV-Familie in Deutschland. Diese Art der Herausforderung möchte der Marketing-Profi zukünftig für Samsung umsetzen, wo er ein hohes Potential an Innovationen und zukünftigen Premium-Trendprodukten erkennt, die es erfolgreich zu vermarkten gilt. Laut Pressemitteilung von Samsung sieht Kurpiers hier die Herausforderung, die Samsung Produktbereiche der Handysparte, die IT-Produkte wie Monitore,

Notebooks und Drucker sowie die zahlreichen Consumer Electronics Produkte und deren digitale Konvergenz zu kommunizieren.

Sven Martens ist neuer Vertriebsleiter Consumer Products bei Olympus

Sven Martens ist seit dem 1. August neuer Vertriebsleiter Consumer Products der Olympus Deutschland GmbH. Martens trat damit die Nachfolge von Daniela Warner an und verantwortet außerdem den Bereich Voice Systems. Der gelernte Industriekaufmann bringt mehrjährige Erfahrungen in leitenden Funktionen im Vertrieb und Marketing technischer Kon-



sumgüter mit. Seine berufliche Laufbahn startete Martens bei Sony Deutschland. Danach verantwortete er für Nokia als Direktor Sales & Marketing Germany von 2001 bis 2004 den Unternehmensbereich NHC. Zuletzt war Martens für den Vertrieb der Consumer Products Division der Nikon GmbH, Düsseldorf, verantwortlich.

Ambilight an



Stimmung an

Der weltweit einzige HD Flat TV mit Ambilight.

Der Philips Cineos Flat TV mit Ambilight Full Surround. Schalten Sie Ambilight ein und erleben Sie faszinierende Lichteffekte, die rund um den Bildschirm entstehen. Sie tauchen tiefer in das Geschehen ein, da sich durch Ambilight die Farben automatisch an das Fernsehbild anpassen. Der Bildschirm wirkt größer, die Farben viel intensiver und Ihre Sinne entspannen sich. So etwas haben Sie noch nie gesehen oder gefühlt. Ganz einfach – kein Spiel ohne Ambilight.

www.philips.com/flattv



PHILIPS
sense and simplicity

Im Gespräch mit Manfred Gerdes, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH

„Wir entziehen uns nicht der Verantwortung“

Mit Trainingsprogrammen und einer markanten Positionierung am PoS möchte Sony seine Fachhandels-Präsenz weiter ausbauen. PoS-MAIL sprach mit Sony Deutschland-Chef Manfred Gerdes über die Fachhandels-Aktionen im laufenden Geschäftsjahr und die Vertriebsstrategie des Unternehmens.

PoS-MAIL: Herr Gerdes, was gibt es Neues an Produkt-Highlights aus dem Hause Sony?

Manfred Gerdes: Zu den absoluten Highlights in diesem Jahr zählen die Fernsehgeräte der Bravia X-Serie und unsere neue Spiegelreflexkamera A100. Zudem konzentrieren wir uns sehr stark auf den Ausbau unseres HD-Camcorder-Segments, und nicht zuletzt sind natürlich auch unsere VAIO-Produkte von großer Bedeutung.

PoS-MAIL: Wie positioniert Sony die neuen Produkte im Handel?

Manfred Gerdes: Wir haben aktuell mit 100 installierten Bravia PoS-Plazierungen und 20 Full HD-Plazierungen unsere Präsenz im Handel intensiviert – weitere Plazierungen sollen folgen. Von September bis Dezember wird es in 200 Outlets eine Bravia Langzeitpromotion geben und von September bis Oktober in 100 Outlets eine Promotion für die neue Spiegelreflexkamera A100. Eine VAIO Line-up Promotion ist ebenfalls im Oktober geplant. Die neue AR-Serie wird in 45 Geschäften an vier Wochenenden und an insgesamt acht Tagen pro Standort stattfinden. Zudem wird die HDV (High Definition Video)-Promotion im Oktober fortgesetzt. Diese findet an jeweils vier Tagen in 57 Outlets statt, 46 Geschäfte wurden bereits bedient.

PoS-MAIL: Wie wird der Handel darüber hinaus von Sony unterstützt?

Manfred Gerdes: Wir haben unseren PoS-Support neu strukturiert. Künftig werden deutschlandweit Merchandiser in operativen Regionen eingesetzt, die zum einen den Kontakt zu den Handelspartnern sowie zum Verkaufspersonal pflegen und zum anderen das Warenangebot und die Werbemittel auf Zustand, Platzierung und Aktualität überprüfen.

PoS-MAIL: Wie informieren Sie Ihre Fachhandelspartner über Produktneuheiten?

Manfred Gerdes: Ein wichtiges Instrument sind Zeitschriften wie PoS-MAIL. Darüber hinaus finden in regelmäßigen Abständen Infoveranstaltungen für den Handel statt. Im September stehen wichtige Informationstage an: Vom 1.9. bis 5.9. finden im Sony Champions League Club die Präsentationen unserer „Champions Products“ statt. Das heißt, unsere Handelspartner werden in das Sony Center in Berlin eingeladen, um sich in einem Get-together über das neue Herbst/Winter Line-up 2006 zu informieren. Ende September ist dann ja auch die photokina, auf der wir vertreten sein werden.

PoS-MAIL: Und wie werden die Händler vor Ort betreut?

Manfred Gerdes: Neben der schon erwähnten Betreuung durch unsere Merchandiser bieten wir unseren Handelspartnern auch das Sony Academy Training an. Im Rahmen der Academy-Aktivitäten haben wir uns das Ziel gesetzt, den unterschiedlichen Zielgruppen im Markt ein anwenderkonformes Wissen um Technik und Produkte zu vermitteln sowie die Besonderheiten und Vorteile der Produkte herauszuarbeiten und einen Marktüberblick zu verschaffen. Dabei bieten wir verschiedene Trainingseinheiten: vom klassischen Class Room Training, das für den Fachverkäufer bestimmt ist, über Schulungen am Point of Sale bis hin zum Internet als Schulungsplattform.

PoS-MAIL: Zeit spielt für den Handel auch eine wichtige Rolle. Wie läßt sich das umfangreiche Schulungsprogramm mit den Geschäftszeiten im Fachhandel vereinbaren?

Manfred Gerdes: Dafür bieten wir auch eine sinnvolle Lösung und zwar die Sony Academy Mobile Maßnahmen. Das bedeutet Lernen direkt am Point of Sale. Ein Trainer kommt hierfür direkt zum Teilnehmer. Geschult wird in effizienten kleinen Teilnehmergruppen, nur ein Thema steht dabei im Fokus. Damit sind ganz geringe Ausfallzeiten gewährleistet, und Reisekosten entstehen für den Handel auch nicht.

PoS-MAIL: Was sind denn die aktuellen Themen der Sony Academy?

Manfred Gerdes: Ganz aktuell sind die Themen Bravia, Hard Disc Recording, High Definition Video und natürlich digitale Spiegelreflextechnologie.

PoS-MAIL: Welche Anforderungen stellt Sony an die Fachhandelspartner?

Manfred Gerdes: Unsere Ansprüche in Sachen Produktqualität sind sehr hoch, und das gleiche gilt auch bei der Wahl unserer Handelspartner. Wir definieren die Stärken unserer Händler. Es wird analysiert, welche Produkte in welchem Kanal die höchsten Vermarktungschancen haben und mit welchen Produkten man am besten nach vorne gehen kann. Dabei sind auch die Anforderungen an unsere Fachhandelspartner ganz klar formuliert. Bei dem Vertrieb unserer neuen Spiegelreflexkamera A100 beispielsweise, geht es um die Umsetzung einer qualitativen Distribution. Das heißt, wir überlegen uns, welche Händler in Deutschland relevant sind für den Verkauf digitaler Spiegelreflexkameras. Zudem ist es uns sehr wichtig, den Handel zu motivieren, sich für weitere Produktfelder zu öffnen.

PoS-MAIL: Mit Einführung der Alpha A100 geht Sony ja in Sachen Digitalfotografie einen entscheidenden Schritt weiter. Was erhoffen Sie sich von dem Einstieg in dieses Segment?

Manfred Gerdes: Wir sehen die Einführung der A100 als sehr wichtigen Schritt, und wir wollen uns damit eine starke Marktposition erarbeiten. Zudem sehen wir darin ein attraktives Geschäftsmodell für eine konkrete win-win Situation mit unseren Handelspartnern.

PoS-MAIL: Wie ist Sonys Vertrieb strukturiert?

Manfred Gerdes: Mit Beginn des neuen Geschäftsjahres hat sich einiges in unserer Vertriebsstruktur geändert. Seit dem 1. April dieses Jahres haben wir auch das Konditionen-System geändert, welches sich nach den Anforderungen der einzelnen Vertriebskanäle richtet. Der Aufbau des Konditionensystems ist somit wesentlich marktgerechter. Die Distribution erfolgt nach Produktgruppen. Uns ist außerdem die Optimierung der Zusammenarbeit im Fachhandel sehr wichtig, ebenso wie die



Erhöhung der Marktanteile. Dabei gehen wir bei bestimmten Produkten den „Direct-to-retail“-Weg. Das heißt, diese werden ausschließlich und ohne Umwege über den Handel vertrieben. Somit können wir stabilere Margen ermöglichen. Darüber hinaus wurde unsere Vertriebsstruktur gebündelt und noch fachhandelsorientierter ausgerichtet. Wenn ein Produkt beim Distributor oder Händler im Lager herumliegt, dann entziehen wir uns nicht der Verantwortung, sondern interessieren uns, was mit diesem Produkt passiert. Uns ist es wichtig, daß kontinuierlich Qualität eingehalten wird. Das beginnt bei der Produktion und endet bei der Anwendung des Produktes, also beim Endverbraucher.

PoS-MAIL: Und mit welchen Marketing-Aktivitäten unterstützt Sony den Fachhandel?

Manfred Gerdes: Für die zahlreichen Sales Promotion-Aktivitäten werden wir geschultes Promotion-Personal zur Verfügung stellen. Die direkte Endkundenansprache spielt für den Erfolg im Markt eine nicht unerhebliche Rolle. Deshalb bieten wir dem Handel die Möglichkeit, eigene Endkundenschulungen zu organisieren. In Absprache mit unserem Vertrieb organisiert der Händler eigene Schulungsmaßnahmen. Sony als Kooperationspartner stellt den Trainer und die Trainingsbegleitmaterialien.

PoS-MAIL: Und welchen Vorteil bietet diese Maßnahme?

Manfred Gerdes: Diese Maßnahme hat für die Kunden den Vorteil, daß sie bei einer noch anstehenden Kaufentscheidung, bei den ersten Schritten mit dem neu erworbenen

Produkt oder beim Kennenlernen wichtiger Zubehörprodukte unterstützt werden. Der Sony-Trainer kann alle offenen Fragen umgehend beantworten. Für den Handel bietet sich die Möglichkeit, Kompetenz zu zeigen.

PoS-MAIL: Sony ist auch im Sport-Sponsoring aktiv. Welchen Mehrwert versprechen Sie sich davon?

Manfred Gerdes: Seit dem 1. Juli 2006 ist Sony offizieller Sponsor der UEFA Champions League. Wir nutzen diese Partnerschaft natürlich, um die Marke in den Vordergrund zu stellen, aber auch, um den Bekanntheitsgrad unserer Subbrands zu erweitern.

PoS-MAIL: Stichwort Berlin: Wann wird Sonys Umzug nach Berlin abgeschlossen sein?

Manfred Gerdes: Der Umzug findet sozusagen in drei Wellen statt. Begonnen haben wir im Juli dieses Jahres, die zweite Welle folgt im Januar/Februar 2007, und mit Abschluß des laufenden Geschäftsjahres wird der Umzug vollzogen sein.

PoS-MAIL: Können Sie abschließend noch etwas zu den allgemeinen Zielsetzungen der Sony Deutschland GmbH für das laufende Geschäftsjahr sagen?

Manfred Gerdes: Ganz gleich, ob im Kamera-Segment oder im TV-Bereich: Sony ist eine starke Marke, und wir konzentrieren uns sehr gezielt darauf, in allen Bereichen wieder die Spitzenposition im Markt einzunehmen.

PoS-MAIL: Herr Gerdes, vielen Dank für das Gespräch.

Unter dem Leitsatz: „Always first class“ optimiert Metz Marketing, Vertrieb und Service

Nach einer erfolgreichen Umstellung der Sortimentsstruktur im vergangenen Jahr optimiert das Zirndorfer Traditionsunternehmen Metz nun seine Vertriebsstruktur. Zielsetzung ist es, den Fachhandel durch individuelle Betreuung in den Bereichen Marketing, Schulung und Service noch stärker zu unterstützen.

Im Hause Metz ist man sich seiner Verantwortung als starker Partner des Fachhandels sehr bewußt. Um die Interessen der aktiven Fachhandelspartner noch besser wahrnehmen zu können, orientiert sich die Betreuung der Vertriebsmitarbeiter von Metz künftig noch stärker an den individuellen Bedürfnissen. Der Zugriff auf das Metz Fachhandelskonzept wird dem Händler nach wie vor leicht gemacht: Der Einstieg liegt bei einem sehr geringen Jahresumsatz von lediglich 5.000 Euro.

Erwartet wird die Bevorratung von drei TVs – davon mindestens einem LCD-Fernseher. Die bewährte selektive Ausrichtung des Vertriebssystems wird beibehalten. Autorisierte Fachhändler werden automatisch einem Metz Außendienstmitarbeiter zugeordnet, wobei die direkte Kommunikation vom zuständigen Innendienst übernommen wird. Die intensive Betreuung durch regelmäßige Besuche vor Ort beginnt bei einem Umsatzvolumen von 20.000 Euro. Bedarfsorientiert und der jeweiligen Umsatzplanung angepaßt, stimmt der Vertriebsmitarbeiter seinen Besuchsrhythmus mit dem Kunden ab.

Marketing-Programm und Schulungen

Die Metz Handelspartner sollen künftig von einem attraktiven Marketing-Programm profitieren, das speziell auf den Fachhandel zugeschnitten ist. Neben der bewährten Metz Außendienst-

Betreuung wird auch eine spezielle personelle Unterstützung für den Bereich „Produkttraining und Verkaufsschulung“ gegeben. Nach Absprache wird hier in regionalen Gruppen oder beim Fachhändler vor Ort alles Wissenswerte über neue Technologien, Metz-Produkte und kundengerechte Verkaufsargumentation vermittelt. Matthias Moschner, Leiter Marketing und Kommunikation, kündigte außerdem an, daß Metz in den nächsten Monaten zusätzlich interessante Aktivitäten vorstellen werde. Zu verraten sei nur soviel, daß sich unter dem Leitsatz „Always first class“ die Marke Metz und ihre Fachhandelspartner noch attraktiver präsentieren werden.

Metz bietet seinen Fachhandelspartnern außerdem ein neues Bestellsystem im Internet. Über diese Online-Plattform kann jeder Metz-Händler in Zukunft bequem seine Aufträge platzieren. Darüber hinaus lassen sich natürlich auch hilfreiche Informationen wie bei-

spielsweise Verfügbarkeiten und Lieferstatus abrufen.

Technischer Kundendienst und Service

Die Einbindung zusätzlicher Mitarbeiter und eine längere Erreichbarkeit zählen zu den Verbesserungen der Metz Service-Hotline. Wartezeiten, wie sie beim bisherigen Routing-Verfahren vorkommen konnten, entfallen damit. Hinzu kommt das bereits installierte Hotmail, das im Falle eventueller technischer Probleme direkt, schnell und aktiv über Lösungen informiert. Dadurch werden die Techniker in den Vertriebszentren von ihren Hotline-Aufgaben entlastet und können sich somit ganz auf die Problemlösungen vor Ort konzentrieren. Zur direkten Unterstützung in der Region wird es zudem noch weitere von Metz autorisierte Service-Partner geben. Metz möchte damit gewährleisten, daß die wie gewohnt sehr hohe Serviceorientierung

des Metz Fachhändlers noch schneller und damit besser an die Endkunden weitergegeben wird. Die bewährten Metz Serviceleistungen wie z. B. die 24-Stunden-Vorausersatz-Garantie bleiben natürlich bestehen. Zudem will Karl-Heinz Mummert, Leiter des Metz Kundendienstes, sein erfolgreiches Schulungsprogramm weiter ausbauen. Metz gibt außerdem bekannt, daß mit den zum Jahresbeginn 2007 in Kraft tretenden Strukturen auch Rationalisierungseffekte erzielt werden, die für den Zirndorfer Mittelstand sehr wichtig sind. Diese sollen die weiterführende, zusätzliche Unterstützung der Metz Fachhandelspartner fördern. Des weiteren freue sich das gesamte Metz-Team auf die Umsetzung der Metz Marken-Offensive – man sei sich sicher, damit die ganz besondere Position von Metz im Fachhandel und im deutschen Markt der Unterhaltungselektronik weiter stärken zu können.

miz

www.photokina.de

Absolute Bildkompetenz

+ Unübertroffene Internationalität

+ Klare Handelsorientierung

= photokina 2006

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

photokina
world of imaging

Köln, 26. September – 1. Oktober 2006

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

Samsung auf der IFA: Weltneuheiten und neues „Premium Partner Konzept“

Mit wegweisenden Innovationen – darunter das weltweit erste LCD-TV mit LED Backlight-Technologie und der erste Blu-Ray Player – will Samsung Electronics auf der IFA deutliche Akzente im HDTV-Segment setzen. Zusätzlich soll das neue Premium Partner Konzept des Unternehmens einen Neuanfang bei der Zusammenarbeit mit dem Fachhandel markieren.

Damit will Samsung die Führungsposition ausbauen, die sich das Unternehmen im stark wachsenden Segment der Flat-Panel-TVs gesichert hat. „Mit knapp zehn Prozent Wertmarktanteil laut GfK im ersten Halbjahr 2006 rangiert Samsung Electronics an zweiter Stelle im CE-Gesamtmarkt – das entspricht nahezu einer Verdreifachung im Vergleich zum Vorjahreszeitraum“, erklärte Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics bei Samsung Electronics.



Hans Wienands, Business Director Consumer Electronics bei Samsung Electronics: „Mit unseren IFA-Neuheiten setzen wir neue Standards bei der Bildwiedergabe von LCD-TVs. Besonders die natürliche Farbwiedergabe der neuen M- und N-Serien wird das Publikum beeindrucken – jetzt gibt es nicht nur den Director's Cut, sondern auch die Director's Colors.“

„Dabei konnten wir vor allem im Bereich der Flat-Panel-TVs gemeinsam mit unseren Partnern im Fachhandel den technologischen Führungsanspruch von Samsung nutzen. Im ersten Halbjahr 2006 wurden über 230 Pro-

zent mehr LCD-TV-Geräte verkauft als im selben Zeitraum 2005 – und Samsung führt seit einigen Monaten diesen Markt an.“

Neue LCD-TV Premium Line

Mit insgesamt acht neuen LCD-TVs im Premium Segment will Samsung diese Position zur IFA noch ausbauen. Nach der bereits angekündigten S7 Serie (siehe PoS-MAIL 8/2006, Seite 8) werden jetzt vier neue Produktfamilien im oberen Marktsegment positioniert – zum Teil mit bahnbrechenden, neuen Technologien. Dabei warten die neuen Modelle der Baureihen N71, M71, F71 und M91 jeweils mit speziellen Produktvorteilen auf, die dem Fachhandel gute Verkaufsargumente bieten.

Alle Geräte sind mit zwei HDMI-Schnittstellen, MMS-Kartenslot und USB-Schnittstelle ausgestattet und ermöglichen so auch multimediale Anwendungen. Die neue N7 LCD-Serie ist mit Bildschirmgrößen von 32, 40 und 46 Zoll erhältlich und zeichnet

sich durch den WCG-Farbraum aus, der um 45 Prozent größer ist als der PAL-Standard. Das ermöglicht nach Angaben von Samsung eine neue Dimension der natürlichen Farbwiedergabe – und zwar dank der „Professional Color Correction“ (PCC) in den drei gängigen TV-Systemen PAL, NTSC und HDTV. Dabei ermittelt das Gerät

blauen LED-Leuchte, die als transparenter Plexiglasstreifen unterhalb des Bildschirms positioniert ist, einiges zu bieten.

Die Preise beginnen bei 1.999,- Euro (UVP) für das 32-Zoll-Gerät LE-32M71B; die 40-Zoll-Version kostet 2.799,- Euro und die 46-Zoll-Version 3.999,- Euro.

SAMSUNG Premium Line Übersicht			
Bilder mit lebendigen, intensiven Farben	„Wie daguerre'sche Qualität für schnell bewegte Bilder“	Full HD Signal auf der ganzen Linie	Technologie Innovation
46-40-32"	40-32"	46-40"	40"
WCG	LCD 100Hz	1080p	LED
True Color	LCD 100Hz	FHD	LED
N71	M71	F71	M91
Extended WCG 6,000:1 2 HDMI MMS-USB Eckiger Swivel stand	LCD 100Hz 6,000:1 2 HDMI MMS-USB Runder Swivel stand	1920x1080p 6,000:1 2 HDMI MMS-USB Eckiger Swivel stand	LED Technology LCD 100Hz 10,000:1 2 HDMI MMS-USB Runder Swivel stand
KW39-36-36	KW30-38	KW42-40	KW35

Die neue Premium Line von Samsung bietet mit den Produktfamilien N71, M71, F71 und M91 spezielle Produktvorteile in unterschiedlichen Marktsegmenten.

automatisch die erforderlichen Koordinaten für die Farbraum-Darstellung bei den unterschiedlichen Fernseh-Standards und sorgt für die korrekte Farbwiedergabe. Auch äußerlich haben die M7-Geräte mit schwarzglänzendem Finish, einem drehbaren Standfuß und einer illuminierten

100Hz-Technik

Bei den neuen LCD-TVs der M71-Serie (32 und 40 Zoll) sorgt die 100Hz-Technologie auch im LCD-Bereich für die brillante Wiedergabe rasanter Bewegungen.

Der WCG-Farbraum deckt mit 12,8 Milliarden Farben 127 Pro-

Neuer Anfang zur IFA: Das Samsung Premium Partner Konzept

Nicht nur mit neuen Produkten, sondern auch mit einer Initiative zur Stärkung des Fachhandels will Samsung auf der IFA seinen Führungsanspruch auf dem Consumer Electronics Markt unterstreichen. Damit will das Unternehmen seine Fachhandelspartner stärker unterstützen, die Sichtbarkeit der Marke am PoS verbessern und einen qualifizierten Vertrieb seiner anspruchsvollen Produkte sicherstellen.

„Bei der Autorisierung unserer Samsung Premium Partner haben qualitative Merkmale gegenüber quantitativen Gesichtspunkten deutliche Priorität“, so Hans Wienands. „Ausschlaggebend werden die Bereitschaft und Fähigkeit des jeweiligen Handelspartners sein, Samsung Premium Geräte qualifiziert zu präsentieren und zu verkaufen.“ Voraussetzung dafür sind Geschäftsräume, deren Größe und Ausstattung dem Anspruch der Marke Samsung gerecht werden. Die Präsentation der Ware soll in einem angemessenen Umfeld erfolgen und die Beratung durch qualifiziertes Personal gesichert sein.

Im Rahmen einer abzuschließenden Partner-Vereinbarung verpflichtet sich Samsung im Gegenzug, für die autorisierten Samsung Premium Partner ein Sortiment von Premium Produkten anzubieten, dieses überregional zu bewerben, hochwertige Präsentationsmittel sowie Werbe- und Verkaufsförderungsmaterialien zur Verfügung zu stellen und die Schulung des Verkaufspersonals wirksam zu unterstützen. Zu den zunächst vorgesehenen Produkten der Samsung Premium Line gehören die neuen 100Hz LCD-TV-Modelle LE-32M71B und LE-40M71B, die FullHD Geräte LE-40F7 und LE-46F7, das LE-40M9 mit innovativer LCD LED-Backlight-Technologie und der brandneue Blu-Ray Disc Player BD-P1000. Auch das Highend-Home-Theatre-System TX-Q120 ist für die Vermarktung durch die autorisierten Samsung Premium Partner vorgesehen. Zur wirksamen Präsentation stehen für ausgewählte Fachhändler attraktive Wand-, Insel- und Kopflösungen zur Verfügung.

In das Samsung Premium Partner Konzept sind Großhandel und Kooperationen eingebunden. „Qualitätsbewusste Fachhändler haben sicherlich kein Problem, die Voraussetzungen für die Autorisierung zu erfüllen“, betonte Wienands. „Auf der IFA können sie erfahren, wie sie sich gemeinsam mit Samsung ein Stück erfolgreiche Zukunft im Consumer Electronics Markt sichern können.“



SAMSUNG LED Technologie	
LED (Light Emitting Diode)	
- Wide Color Gamut (EBU 146%) - Long Lifetime (100,000hr) - No Mercury - High Contrast Ratio (10,000:1)	
CCFL Backlight	LED Backlight
C/R 6,000:1	C/R 10,000:1
CCFL Backlight	LED Backlight

Die neue LED-LCD Technologie soll mit einem Kontrast von 10.000:1 nicht nur Schwarzwerte wie bei CRT und Plasma-Displays ermöglichen, sondern auch eine besonders natürliche Farbwiedergabe durch einen erweiterten Farbraum. Zudem zeichnen sich LED-LCD-Displays nach Angaben von Samsung durch lange Lebensdauer und quecksilberfreie Konstruktion aus.

Partner Konzept kte für



zent der PAL-Norm ab – PCC sorgt auch hier für natürliche Farben in allen gängigen TV-Systemen. Im Spiele-Modus können – bei optimiertem Sound – Schärfe und Schwarzwert per Knopfdruck erhöht werden. Die Preisempfehlung für den LE-40M71B beträgt 3.299,- Euro.

Weltneuheit: LED-LCD

Mit dem 40-Zoll-Gerät LE-40M91B bringt Samsung zur IFA eine Weltneuheit auf den Markt: den ersten LCD-Fernseher mit LED Backlight-Technologie. Damit sollen nach Angaben von Samsung erstmals Schwarzwerte wie bei CRT- und Plasma-Displays auch im LCD-Segment erreicht werden. Der erweiterte WCG-Farbraum mit



Der Samsung LE-40M91B ist der erste Fernseher der Welt mit LED-LCD-Backlight-Technologie.

professioneller Farbkorrektur soll zudem eine Farbwiedergabe wie bei hochwertigen CRT-Broadcast-Monitoren ermöglichen. Damit die scharfen Bilder (Kontrastverhältnis 10.000:1!) auch bei schnellen Bewegungen flüssig und brillant übertragen werden, kommt auch bei diesem Gerät die 100Hz-Technologie zum Einsatz.

Mit einer Preisempfehlung von 3.999,- Euro richtet sich diese neue Geräte-Generation an anspruchsvolle Cineasten und Farb-Puristen.

FullHD in 40- und 46-Zoll

Die neue F7-LCD-Serie von Samsung schließlich bietet die volle HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten. Der erweiterte WCG-Farbraum stellt dabei sicher, daß die feinen Bilddetails in natürli-

chen Farben übertragen werden. Damit sind die neuen Geräte die perfekten Pendant zum neuen Blu-Ray Player, den Samsung zur IFA präsentiert. Die

Preisempfehlung lautet 3.799,- Euro für den LE-40F71B und 3.999,- Euro für den LE-46F71B.

Blu-Ray Player im Oktober

Mit der Einführung des weltweit ersten Blu-Ray Disc Players BD-P1000 will es Samsung ab Oktober möglich machen, Filme in voller HD-Qualität von 1.920 x 1.080 Pixeln auch unabhängig vom Pro-

gramm-Angebot der Sender zu erleben. Rund 120 Filme, schätzt Hans Wienands, werden zu Weihnachten in Deutschland auf HD-DVD lieferbar sein. Der abwärts kompatible BD-P1000 kann zudem normale DVDs und CDs abspielen und ist mit einem 10-in-2 Multimedia-Kartenslot sowie HDMI Digital Interface auch für eine breite Palette multimedialer Anwendungen geeignet. Rund 5.000 Blu-Ray Player wird der deutsche Markt nach Einschätzung von Wienands noch in diesem Jahr aufnehmen. Im kommenden Jahr sollen es bereits 44.000 werden; für das Jahr 2010 erwartet Samsung in Deutschland ein Marktvolumen von fast einer Million Geräte. Die Preisempfehlung für das Gerät beträgt 1.299,- Euro. Mit umfassenden Promotions, darunter die „Hummer Tour“ mit dem legendären amerikanischen Geländewagen als Blickfang, will Samsung in sechs Großstädten bereits vor der IFA die Werbetrommel rühren. Zudem sind zur verkaufsstarken Saison umfassende Werbeaktivitäten für die IFA-Neuheiten geplant.

Begleitend zur Kampagne „Zeit für einen Neustart“ gibt es für den Fachhandel PoS-Material, Displays und umfassende Schulungsaktivitäten. Bereits jetzt können Fachhändler und Verkäufer unter www.partner.samsung.de/training an Online-Schulungen für die Produktfamilien M7 und S7 teilnehmen. „Auf der IFA 2006 werden sich die Besucher davon überzeugen können, daß Samsung zu Recht als wertvollste Marke in der Unterhaltungselektronik unter den ‚Best Global Brands 2006‘ ermittelt wurde“, erklärte Hans Wienands. „Unser Präsident Geesung Choi wird in seiner IFA Eröffnungsrede am 1. September in Berlin deutlich machen, mit welchen Visionen Samsung aus dieser Führungsposition heraus den Markt für Consumer Electronics gestalten will.“



Mit der Blu-Ray-Technologie will Samsung einen neuen Standard in der HD-Bildwiedergabe setzen.

Neuheiten

Staub- und wetterfeste Ricoh Caplio 500G



Ricoh hat die wasser- und staubdichte Caplio 500G wide in den Markt eingeführt. Diese Kamera baut auf der Caplio 400G wide auf und bietet ebenfalls ein Weitwinkel-Zoomobjektiv 28–85 mm, ist aber mit einigen neuen Features ausgestattet. Dazu zählen die erhöhte Stoßfestig-



keit, die Blitzreichweite bis zehn Meter, der hochauflösende CCD-Bildsensor mit effektiv 8,13 Mio. Pixeln und ein Verwacklungsschutz mittels ISO-Erhöhung. Bei der Entwicklung dieser Kamera wurde besonders an den Gebrauch auf Baustellen, bei Rettungsdiensten und Feuerwehr, zur Bewertung von Versicherungsschäden und ähnlichen Einsätzen in rauer Umgebung gedacht. Die hervorragende Widerstandsfähigkeit gegen Wasser, Staub und Stoßeinwirkung ermöglicht es, daß die Caplio 500G wide Falltests – 26 Stürze aus einem Meter Höhe – gemäß der Testprozedur MIL-STD-810F des US-Verteidigungsministeriums unbeschadet übersteht. Die 500G wide bietet mit dem JIS-Schutzgrad 7 die gleiche Sicherheit gegen Wasser wie ihre Vorgängermodelle. Somit kann nicht nur im Regen fotografiert werden, sondern auch bis zu einem Meter Tiefe unter Wasser. Der JIS-Schutzgrad 6 gegen Staub ermöglicht den Einsatz in Umgebungen, in denen normale Foto-

geräte durch Staub oder Sand Schaden nehmen könnten. Die ergonomische Platzierung der großen Bedienelemente erlaubt jederzeit eine sichere Bedienung, selbst mit Handschuhen. Die effektive Reichweite des eingebauten Blitzgeräts beträgt bis zu zehn Metern bei Weitwinkel- und bis zu 6,5 Metern bei Tele-Aufnahmen. Der neue Verwacklungsschutz vermindert die Gefahr von verwackelten Bildern, indem durch Anhebung der Lichtempfindlichkeit kürzere Verschlusszeiten ermöglicht werden.

Der CALS-Modus und weitere Features sind ideal für die berufliche Anwendung: Der CALS-Modus schaltet direkt auf eine ideale Bildgrößen-Einstellung (1.280 x 960 Pixel Auflösung) und höhere Kantenschärfe für die computergestützte Beschaffungs- und Lebenszyklus-Dokumentation.



Der Hochempfindlichkeits-Modus hellt das Monitorbild auf, so daß zum Beispiel in dunklen Gebäuden oder Kanälen der erfaßte Bildausschnitt noch ausreichend erkennbar ist. Und für Aufnahmen bei der Brandbekämpfung gibt es ein spezielles Motivprogramm.

Der große LCD-Monitor mit 6,35 cm Bildschirmdiagonale und detaillierter Bildwiedergabe ist eine weitere Verbesserung. Beibehalten wurde der optische Sucher, damit der Benutzer in jeder Situation das passende Mittel zur Festlegung des Bildausschnitts wählen kann.

Ein wichtiger Hinweis zum Schluß: Die Caplio 500G wide bietet nur die Menüsprachen Englisch und Japanisch. Die Kamera-Bedienungsanleitung ist allerdings deutschsprachig.

Minox baut die Linie der portablen Musikplayer aus



Mit dem DMP-3 hat die Minox GmbH ihre Linie vielseitiger, portabler Mediaplayer mit einem weiteren Modell vergrößert. Das kompakte Gerät ist ebenfalls ein Ergebnis der schon mehrfach preisgekrönten Kooperation von Minox und Volkswagen-Design in Wolfsburg. Der Minox DMP-3 kann als MPEG4-Videooplayer und AV-Rekorder, als elektronisches Fotoalbum, Musikplayer, Diktiergerät und USB-Speicher genutzt werden. Die Wiedergabe und Aufnahme von Videos über die integrierte Schnittstelle steht bei den Funktionen des DMP-3 an erster Stelle. So lassen sich Filme von DVD oder Fernsehsendungen aus dem TV-Gerät direkt über ein Kabel in das Gerät einlesen und speichern. Das von Minox dafür eingesetzte MPEG4-Verfahren ermöglicht hohe Qualitäten in Bild und Ton – trotz des vergleichsweise geringen Platzbedarfes der Dateien. Ein eingebauter 128 MB Flash-Speicher und ein Steckplatz für SD-Karten mit einer Kapazität von bis zu einem Gigabyte dienen als elektronisches Media-Depot. Automatisch werden Tonaufnahmen mit dem Mediarekorder in das MP3-Format übertragen. So ist es möglich, Musiktitel oder Sprache per Diktiergerätefunktion aufzuzeichnen. Bei der späteren Wiedergabe kann der Klang über einen integrierten Equalizer angepaßt werden. Stereosound liefern bei der Wiedergabe von Film- oder Sounddateien die in das Gehäuse integrierten Lautsprecher oder im Lieferumfang enthaltene Ohrhörer. Der Minox DMP-3 ist außerdem mit einem 2,5"-Zoll-Display ausgestattet. Das zentrale Bedienfeld auf der Gerätefront ermöglicht die Steuerung sämtlicher Hauptfunktionen und Menüeinstellungen. In das Gehäuse eingelassene und weitere, seitlich angebrachte Tasten ermöglichen eine rasche



und unkomplizierte Bedienung mit nur jeweils einem Daumendruck. Mit Hilfe der eingebauten USB-Schnittstelle können Dateien zwischen Computer und Mediaplayer schnell ausgetauscht werden, der DMP-3 fungiert hier als Wechselspeicher, während der Akku geladen wird. Dessen Kapazität sichert eine Laufzeit von rund drei Stunden bei der Filmwiedergabe.

Sonys neue Königsklasse: BRAVIA X

Mit der Markteinführung der „Bravia X“-Reihe verstärkt Sony seine Position auf dem europäischen LCD-TV-Markt und bereichert das Angebot großformatiger Flach-TV-Geräte durch absolute Spitzenmodelle. Diese zeichnen sich durch Full-HD-Auflösung, hochwertigste Bildoptimierungstechnologie, die Fähigkeit zum Upscaling von normal aufgelöstem Videoprogramm-Material und neu entwickelte Hintergrundbeleuchtung mit „Wide Colour Gamut Cold Cathode Fluorescent Light“ zur signifikanten Erweiterung des Farbspektrums für die naturgetreue Darstellung von Farben und Bildern aus. Dem hohen Standard der Bildqualität entsprechen die Leistungsdaten des Audio-Bereichs und die Gesamtausstattung der Bravia X-Modelle. Das Sahnehäubchen auf der meisterhaft kombinierten Technik ist, wie traditionell bei Sony zu erwarten, das neuartige, flexible „Floating Design“ mit auswechselbaren Rahmen in sechs vom Kunden wählbaren Farbvarianten zur Anpassung an die Umgebung und das jeweilige Ereignis.



**Sony Bravia
KDL-46X2000**

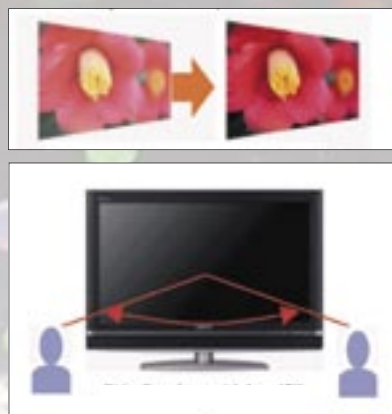
Als erstes Gerät der neuen Bravia X-Modellreihe ist der 46 Zoll große Bravia KDL-46X2000 lieferbar. Der Bildschirm hat eine Diagonale von 117 cm. Mit Full-HD-Auflösung verfügt der KDL-46X2000 über beste Voraussetzungen für die hochauflösende Fernseh Zukunft. Um Bilder in Full-HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten (1.080 p) genießen zu können, muß man nicht auf empfangbare HD-Signale, Blu-Ray Disks oder HD-DVDs warten. Denn mit seiner „Bravia Engine EX“ kann der KDL-46X2000 auch normal aufge-

löste Video-Signale für höchstmögliche Darstellungsqualität auf Full-HD-Auflösung hochrechnen. Unterstützt werden auch die meisten verbreiteten Bildformate mit Seitenverhältnissen von 16:9, 4:3 oder 14:9.

Wide Colour Gamut Cold Cathode Fluorescent Light

Schon seit einiger Zeit verstärken führende Hersteller von LCD-Fernsehgeräten Aktivitäten, um die Farbqualität von LCD-Panels weiter zu verbessern und systembedingte Schwächen der naturgetreuen Darstellung roter und grüner Farbtöne auszugleichen. Sony setzt zu diesem Zweck eine neue Technologie für die Hintergrundbeleuchtung ein, das sogenannte „Wide Colour Gamut Cold Cathode Fluorescent Light“, (abgekürzt: WCG-CCFL). Backlights mit WCG-CCFL strahlen rotes und grünes Licht in definierten Bereichen des Lichtspektrums mit höherer Intensität ab und vergrößern den darstellbaren Farbraum im Vergleich zu herkömmlichen CCFLs um beachtliche 30 Prozent. Dadurch werden z. B. Hauttöne natürlicher dargestellt, bei denen Zuschauer schon kleinste Abweichungen wahrnehmen und als unangenehm empfinden. Aber auch Aufnahmen der freien Natur gewinnen durch WCG-CCFL Backlights an Natürlichkeit, denn neben der deutlich verbesserten Darstellung roter und grüner Farbtöne werden weiße Bildinhalte mit höherer Reinheit und wesentlich klarer wiedergegeben. Parallel dazu optimiert die Bildverbesserungsfunktion „Live Colour Creation“ bei permanenter Analyse

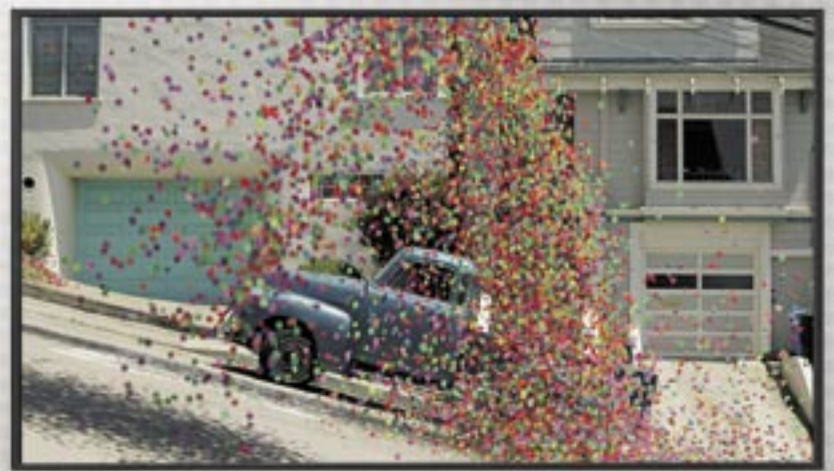
des Bildsignals die Intensität der Farbdarstellung und vermindert das Bildrauschen. Ein Lichtsensor paßt die Lichtabstrahlung der Hintergrundbeleuchtung automatisch dem jeweiligen Umgebungslicht an.



Die komfortabel weiten Betrachtungswinkel von 178 Grad horizontal und vertikal ermöglichen kontrastreiche und farbstarken Bildeindrücke von unterschiedlichsten Betrachterpositionen aus.

Bravia X: Mehr Details, Farben und Kontrast

Das für einen LCD-TV ungewöhnlich hohe Kontrastverhältnis von 1.300:1 des Bravia KDL-46X2000 bezeichnet Sony in firmeneigenen Publikationen zu Recht als „Hyper-Kontrast“. Zusammen mit der Anzahl von 6,2 Millionen Bildpunkten sorgt Hyper-Kontrast für detailreiche und scharfe Bilder mit hoher Schwarzsättigung der dunklen Bildpartien. Letzteres ist besonders bei der Wiedergabe von Spielfilmen wichtig, bei denen harte



Hell-Dunkel-Kontraste gerne als dramaturgisches Gestaltungsmittel eingesetzt werden. Der 46 Zoll (116 cm) große LCD-Bildschirm des KDL-46X2000 ist mit einem S-PVA-Panel (Super Vertical Pattern Alignment) der neuesten, siebten Generation bestückt. Diese Technologie ermöglicht neben anderen positiven Eigenschaften extrem weite Betrachtungswinkel von 178° und dadurch hervorragend scharfe und farbgesättigte Bildeindrücke von unterschiedlichsten und ungünstigen Betrachterpositionen aus. Alle zuvor beschriebenen High-Tech-Eigenschaften tragen zur lebendigen und farbstarken Bildwiedergabe der Bravia X LCD-TV-Geräte bei. Die höchstmögliche Bildqualität der Sony-Fernsehgeräte war schon immer und ist in diesem Geschäft heute mehr denn je das wichtigste Anliegen für Sony, wie Andreas Ditter, Director TV Operations Europe, bekräftigt: „Die neue Bravia X-Serie verkörpert exakt die neue Philosophie der Sony-Fernseher: technologieorientiert, aber komplett ausgerichtet auf ein einziges Ziel: dem Zuschauer und Kunden das bestmögliche TV- und Filmserlebnis zu bieten. Denn nur darum muß es gehen.“

Ebenfalls Spitzenklasse: Design und Sound

Die Bravia X-Modellreihe verwöhnt die Augen und Ohren des Betrachters, denn Sonys Entwicklungsingenieure haben auch Design und Sound der Geräte perfektioniert. Das im sogenannten „Floating Design“ gestaltete Display wird von einem Glasrahmen mit zeitloser Form umgeben. Auswechselbare Rahmen in sechs attraktiven Farben (Schwarz, Rot, Blau, Braun, Silber und Weiß) bieten dem Anwender die Möglichkeit, das Aussehen individuell zu variieren und der jeweiligen Wohnumgebung anzupassen. Ein digitaler Verstärker mit BBE Digital Sound

Processing reduziert das akustische Rauschen auf ein nicht mehr wahrnehmbares Minimum und sorgt für transparente Klangreinheit. Die Musikleistung von 2 x 11 Watt mit automatischer Lautstärkenanpassung und Virtual Dolby Surround Pro Logic lassen einen beeindruckend räumlichen Sound aus zwei Lautsprechern erklingen, der die realistischen Bildeindrücke akustisch intensiviert.

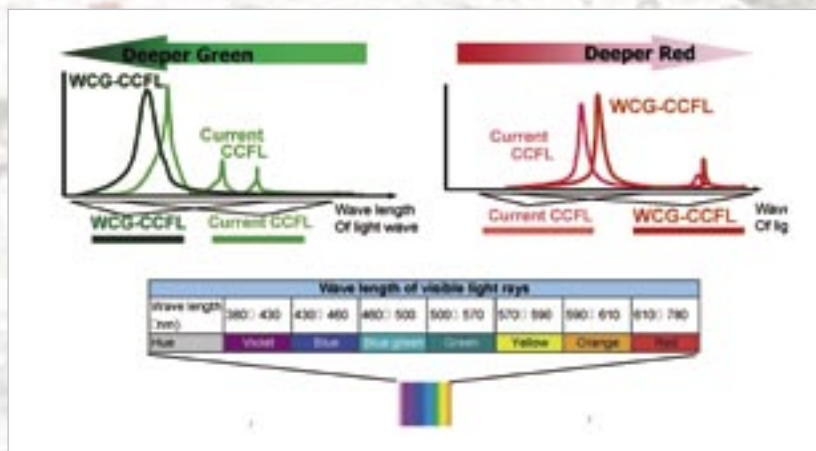
Anschlußvielfalt und Zukunftssicherheit

Dank der universellen Ausstattung mit Anschluß-Schnittstellen können unterschiedlichste Peripheriegeräte mit dem KDL-46X2000 und seinen Schwestermodellen verbunden werden. Zwei Komponentenanschlüsse, drei Scart-Buchsen und gleich zwei HDMI-Eingänge stehen zur Verfügung und machen die zusätzliche



Die „Bravia Engine EX“ konvertiert mit Upscaling auch normal aufgelöste Video-Signale für höchstmögliche Darstellungsqualität zur Full-HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten (1.080p).

Anschaffung eines HDM-I-Switches überflüssig. Für den Anschluß eines PC ist ein D-Sub 15-Pin Anschluß vorhanden. Ein digitaler DVB-T-Tuner ist serienmäßig eingebaut. Komfortabel ist die Einschaltautomatik, mit der man keine Sendung verpassen kann, energiesparend die Ausschaltautomatik für den Fall, daß niemand mehr dem Programm zusieht. Mit Standfuß wiegt der KDL-46X2000 39,1 Kilogramm. Er läßt sich optional auf einem Rack positionieren oder an die Wand hängen. Der UVP für den Sony Bravia KDL-46X2000AEP beträgt 5.899,- Euro. Der ab September lieferbare Sony Bravia KDL-52X2000AEP wird 6.999,- Euro kosten.



Das Backlight mit „Wide Colour Gamut Cold Cathode Fluorescent Light“ strahlt rotes und grünes Licht in definierten Bereichen des Lichtspektrums mit höherer Intensität ab und vergrößert den darstellbaren Farbraum um beachtliche 30 Prozent.

Neue LCD-TVs der Grundig Lenaro-Serie

Grundig bringt im Herbst dieses Jahres vier neue LCD-TVs seiner Lenaro-Serie auf den Markt. Das Top-Modell Lenaro HD verfügt über Bildschirm-diagonalen von 42 und 37 Zoll. Die Modelle Lenaro Connect werden mit Diagonalen von 32 und 26 Zoll erhältlich sein.

Bei den Lenaro HD-Geräten setzt Grundig auf volle HD-Auflösung. Exakt 2.073.600 Pixel kann ein Panel mit 1.080 Zeilen und 1.920 Bildelementen pro Zeile darstellen – genug, um selbst feinste Details optimal wiedergeben zu können. Herzstück des Lenaro HD ist die Grundig Digital Reference Technology. Hierbei handelt es sich um eine digitale Signalverarbeitungs-Technologie, mit der die Schwachstellen des Fernsehübertragungssystems beseitigt und zusätzlich störende digitale Artefakte wie zum Beispiel die sogenannte Pixelblockbildung nahezu unmöglich gemacht werden. Das Fernsehbild wirkt dadurch natür-



Die Lenaro Connect-Modelle von Grundig sind mit einem Digital Media Player ausgestattet, der die gängigsten Speicherkartenformate SD, MS, CF, MMC, SM und XD liest.

licher. Der Lenaro HD ist mit einem DVI-Anschluß für digitale Video- und Grafik-Daten sowie einer HDMI- und einer real YUV-Schnitt-

stelle für die volldigitale Übertragung von Audio- und Video-Daten ausgestattet. Dadurch können mehrere Peripheriegeräte gleich-

zeitig angeschlossen werden. Die DVI- und HDMI-Schnittstellen sind HDCP-kompatibel, zur Soundwiedergabe steht zusätzlich ein optischer Ausgang zur Verfügung. Zudem bietet der Lenaro HD ein sehr gutes Klangerlebnis, denn neben Virtual Dolby Surround ist er mit Magic Fidelity Soundsystem ausgestattet. Das von Grundig entwickelte System ermöglicht auch bei sehr flachen LCD-TV-Geräten ohne ausreichenden Resonanzraum einen guten Sound. Das mehrfach ausgezeichnete Easy Dialog Konzept ermöglicht eine einfache Bedienung, Digital Noise Reduction und eine Vielzahl zusätzlicher Anschlüsse unterstreichen die Positionierung des Lenaro 37 HD in der Premium-Klasse der LCD Geräte.

Lenaro Connect

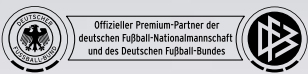
Etwas weniger Pixel, dafür aber eine Vielzahl an zusätzlichen Anschlußmöglichkeiten hat der Lenaro Connect zu bieten. Lieferbar wird der LCD-TV mit Bildschirmdiagonalen von 26 und 32 Zoll sein. Der Fernseher ist mit

einem integrierten Digital Media Player und einem USB-Anschluß ausgestattet.

Der Media Player liest die gängigsten Speicherkartenformate SD, MS, CF, MMC, SM und XD und decodiert sogar MPEG4-Dateien. Dadurch können auch Videos direkt vom Speichermedium auf dem Bildschirm wiedergegeben werden.

Über den integrierten USB-Anschluß können Digitalfotos angesehen werden.

Für die Diashow kann der passende Sound über MP3 eingespielt werden. Auch wer Bild- oder Filmmaterial auf DVD vorliegen hat, erreicht mit dem Lenaro Connect eine optimale Wiedergabe. Zahlreiche digitale Schnittstellen wie etwa HDMI und DVI machen es möglich, mehrere HD-Geräte wie etwa einen HD-Receiver und einen DVD-Recorder gleichzeitig anzuschließen. Zudem bietet der LCD-Fernseher Virtual Dolby Surround und 40 Watt Musikleistung. *miz*



DIE DEUTSCHE NATIONALMANNSCHAFT 2006 TRÄGT STRENESE.



Fotograf: Jesse Frohmann

STRENESE
★ ★ ★

ENTDECKEN SIE DIE NEUEN LCD- UND PLASMA-HDTV'S MIT FESTPLATTENREKORDER.

Ab jetzt sehen Sie Ihr Lieblingsteam, wann Sie wollen. Denn LCD- und Plasma-HDTV mit integriertem Festplattenrecording zeigt Ihnen die Zukunft des Fernsehens: ganz einfach später in Livesendungen hineinschalten ohne etwas zu verpassen oder per Knopfdruck das Programm anhalten und weiterschauen, wann immer Sie wollen. **LG – Life's Good.**



50PC1RR



www.lg-channel.de

Flachdisplays: Markttrends

Preise für 17-Zoll LCD-Panels steigen

Seit seinem Tiefpunkt von 102 US-Dollar Ende Juli dieses Jahres ist der Durchschnittspreis für 17 Zoll große Monitor-Panels inzwischen wieder auf 110 US-Dollar angestiegen. Wegen anhaltender Überproduktion und hoher Lagerbestände bei den Herstellern waren die Preise für 17-Zoll-Panels in den vorangehenden sechs Monaten drastisch gefallen. Von zahlreichen Herstellerfirmen wurden Panels mit 17 Zoll Größe zu Dumpingpreisen verkauft. Seit Mitte Juli hat sich die Nachfrage jedoch wieder belebt. Dem Branchenführer Samsung sei es schon Ende Juli gelungen, seine Lagerbestände an 17-Zoll-Panels zu normalisieren, verlautbart aus taiwanesischen Nachrichtenquellen. Die positive Preisentwicklung bestimmt auch die Preise für Monitore. Der Panel- und Monitor-Hersteller Chi Mei (CMO) hat den Preis für 17-Zoll-Monitore bereits um 6 Euro angehoben und plant auch für 19-Zoll-Monitore Preiserhöhungen, berichtet die chinesischsprachige „Economic Daily News“. In Taiwan werden 19-Zoll-Monitore zur Zeit zu Preisen zwischen 168 bis 216 Euro gehandelt, 17-Zoll-Monitore zwischen 120 bis 144 Euro. Wegen des massiven Preisverfalls bei 17- und 19-Zoll-Geräten haben Acer und Benq bereits ihren Fokus auf Geräte der Klasse ab 20 Zoll gelegt.

LG Electronics bringt 37- und 42-Zoll Full HD LCD-TVs

Wie Displaybank berichtet, hat LG Electronics in Korea je einen 37-Zoll und 42-Zoll LCD-TV auf den Markt gebracht, (37LB2DR und 42LB2DR). Mit 2 Megapixel Full HD Auflösung ist die Anzahl der Bildpunkte bei diesen Geräten doppelt so hoch wie bei bisherigen HD-TV Bildschirmen. LG Electronics war der erste koreanische Hersteller, der ein 30-Zoll-Display mit Full HD Auflösung auf den Markt brachte, was bei den in der Fläche sehr viel kleineren 30-Zoll-Panels mit der Überwindung großer technischer Schwierigkeiten verbunden ist. LG ist zugleich auch der erste koreanische Hersteller, der auf dem Markt ein komplettes HD LCD TV Line-up von 30 Zoll über 37, 42, 47 Zoll bis zu 55 Zoll Bilddiagonale anbieten kann. (47-Zoll-Markteinführung 2006, 55-Zoll-Markteinführung im September 2004)

Wachstum nur bei großformatigen LCD-Panels

Laut dem Marktbeobachter WitsView (<http://www.witsview.com/>) wurden im Juni 2006 insgesamt 20,3 Millionen LCD-Panels ausgeliefert. Das sind 2,4 Prozent weniger, als im Vormonat verkauft werden konnten. Die Nachfrage ging vor allem bei Monitor- und TV-Panels zurück, während der Verkauf von Notebook-Panels mit 5,74 Millionen Stück den

Zahlen des Vormonats entsprach. Der Markt für TV-Panels ging um 4,2 Prozent auf 4,1 Millionen Stück zurück, der Markt für Monitor-Panels um 3,1 Prozent auf 10,44 Millionen Stück. Angestiegen ist dagegen der Anteil der TV-Panels mit 32 Zoll Bilddiagonale und größer, von 54 auf 56 Prozent. Panels in Größen von 40 und 42 Zoll Diagonale hatten daran einen Anteil von 11,8 Prozent. Bei großen Panels gelang es den Herstellern CMO, Samsung und Innolux, ein Wachstum von mehr als 100 Prozent zu erzielen. SVA-NEC wuchs mit einem einstelligen Prozentsatz. LG Philips behauptet mit seinen 22,1 Prozent Marktanteil weiter den ersten Platz, während der Verfolger Samsung den Abstand deutlich verringerte. Im Segment der TV- und Monitor-Panels ist Samsung inzwischen Marktführer. Sharp liegt mit seinem Marktanteil auf Platz fünf der TV-Panel-Hersteller.

Sony macht wieder Gewinn

Dem japanischen Elektronik-Giganten Sony ist im zweiten Quartal dieses Jahres (April – Juni) die spektakuläre Rückkehr in die Gewinnzone geglückt. Das Unternehmen erwirtschaftete in diesen drei Monaten einen Gewinn von 276 Millionen US-Dollar. 2005 hatte Sony im gleichen Zeitraum noch einen Verlust von 62,4 Millionen US-Dollar hinnehmen müssen. Der Umsatz stieg im zweiten Quartal dieses Jahres um 11 Prozent auf 14,9 Milliarden US-Dollar an, im Vergleich zu 13,44 Milliarden US-Dollar Umsatz im gleichen Zeitraum des Vorjahres. Der angestiegene Absatz von Flach-TV-Geräten und der gute Abverkauf von Digital-kameras signalisieren eine mögliche stabile Verbesserung des Geschäftsverlaufs unter Sonys erstem nichtjapanischen Chief Executive, Howard Stringer.

Hervorragende Quartalsergebnisse für japanische Flach-TV-Hersteller

Die japanischen Unternehmen Matsushita (Panasonic) und Sharp verzeichneten im zweiten Quartal 2006 außergewöhnlich hervorragende Quartalsergebnisse als Ergebnis der frühen und konsequenten Fokussierung auf den Flach-TV-Bereich. Matsushita verkündete einen Anstieg des operativen Gewinns um 41 Prozent, der neben dem Geschäft mit digitalen Kameras maßgeblich von der starken Nachfrage nach Plasma-TV-Geräten getragen wurde. Die für USA, Europa und Asien gesetzten Umsatzziele seien übertroffen worden, die für Japan projektierten Zahlen wurden voll erreicht. Sharp teilte mit, die kontinuierlich ansteigende globale Nachfrage nach LCD-TVs habe die Unternehmensgewinne spürbar ansteigen lassen. Das zweite Quartal 2006 brachte Sharp einen Umsatz von 4,71 Milliarden Euro. Das entspricht einem Plus von 12,6 Prozent im Vergleich zum Vorjahres-

zeitraum. Der Nettogewinn stieg um 23,1 Prozent auf 161 Millionen Euro an. Der durchschnittliche Verkaufspreis für Sharp LCD-TVs fiel im Vergleichszeitraum nur um 4 Prozent, während die Branche im Mittel ein Absinken der Verkaufspreise bis zu 30 Prozent hinnehmen mußte.

LCD-TV-Panel-Hersteller wollen in Europa produzieren

Die von der EU geplanten 5 Prozent Einfuhrzoll auf LCD-Module sind für eine zunehmende Anzahl führender LCD-Panel-Hersteller ein gewichtiger Grund für den Aufbau von Produktionsstätten zur Modul-Assemblierung in Europa. Die neuen EG-Mitglieder Polen und Tschechien sind, wie es den Anschein hat, von den asiatischen Unternehmen bevorzugte Standorte. Als erster Panel-Hersteller hat LG Philips LCD in Polen in den Aufbau einer Produktion investiert. Im April 2006 begann Sharp Verhandlungen mit der polnischen Regierung über die Errichtung einer 44 Millionen Euro kostenden Fabrik, die im Januar 2007 mit der Produktion beginnen soll. Auch der taiwanische Panel-Hersteller AU Optronics (AUO) denkt neben anderen möglichen europäischen Standorten besonders über eine Produktionsstätte in Polen nach. AUO unterhält in Wien bereits eine Niederlassung und ist ein wichtiger Lieferant von Sharp. Im Juli 2005 haben AUO und Sharp ein gegenseitiges Lizenzabkommen für LCD-Technologien abgeschlossen. AUO liefert an Sharp bisher vor allem Panels mit 37 Zoll Bilddiagonale. Sharp ist selbst einer der weltweit größten Panel-Hersteller, kauft aber wegen der angestiegenen Nachfrage nach Sharp-Spezifikationen gefertigte 26- bis 37-Zoll-Panels in Taiwan oder Korea hinzu. Taiwans Nummer zwei unter den Panel-Herstellern, Chi Mei Optoelectronics (CMO), plant in Tschechien ein Assemblierungswerk für LCD-TV-Panels zu errichten.

Sharps 8G-Werk Kameyama startet Produktion



Die neuerrichtete zweite Produktionsanlage des japanischen LCD-TV-Herstellers Sharp in Kameyama hat mit der Produktion von LCD-Muttergläsern (Glas-substraten) der 8. Generation begonnen. Die in Kameyama produzierten Muttergläser sind die weltweit größten zur LCD-Panel-Herstellung produzierten Glas-substrate und haben die Größe von 2.160 x 2.460. Mit einer Fläche von 5,32 Quadratmetern sind die von Sharps neuer Fertigungslinie laufenden 8G Muttergläser einen Quadratmeter größer als die bisher größten 7,5G Glassubstrate des koreanischen Herstellers LG Philips Displays. Ab September sollen in Kameyama II die ersten großen TV-Panels aus 8G-Muttergläsern geschnitten werden. Ein G8 Substrat kann Panels für acht 40-Zoll- oder sechs 50-Zoll-LCD-TVs liefern. Der monatliche Ausstoß von Kameyama II soll zu Beginn bei 15.000 Panels liegen und ab März 2007 monatlich 30.000 Panels betragen.

Taiwans Notebook-Hersteller setzen auf LED-Backlight

Der erste marktreife mobile Rechner mit LED-Backlight statt CCFL-Hintergrundbeleuchtung wurde von Sony mit dem Subnotebook „Vaio TX1“ auf den Markt gebracht. Inzwischen haben auch Notebook-Hersteller wie Asus und Quanta mit der Serienproduktion von Widescreen-Modellen mit LED-Backlights als Hintergrundbeleuchtung begonnen. Taiwans LED-Anbieter rechnen damit, daß 2007 bereits acht Prozent aller hergestellten Notebooks mit LED-Backlight-Displays bestückt werden. Das Tempo der Verbreitung der neuen Technologie wird bei Notebooks unter anderem dadurch bestimmt, wie dünn sich die Leiterplatten mit LEDs herstellen lassen und wie sich der Preisunterschied zwischen Notebook-Displays mit herkömmlicher CCFL-Hintergrundbeleuchtung und LED-Backlight-Displays entwickeln wird. Laut Angaben von LED-Chiphersteller Formosa Epitaxy könnten mit LED-Backlights bestückte Notebook-Displays mit 7 mm Stärke gebaut werden. Das wären 4 mm weniger als bei Notebook-Displays mit herkömmlicher CCFL-Hintergrundbeleuchtung. Im Energiesparmodus „Trickle Power“ würden Notebooks mit LED-Backlights 30 Prozent weniger Energie verbrauchen. Analysten prognostizieren, daß der Preisunterschied zwischen LED- und CCFL-Backlights für Notebooks im Jahr 2007 um 80 Prozent sinken wird. Der Kostenunterschied würde dann nur bei 0,4 bis 0,5 Prozent liegen. Ein willkommener Nebeneffekt: Displays mit LED-Backlight werden es wesentlich leichter haben, die strengen EU-Richtlinien gegen schädliche Substanzen (RoHS) zu erfüllen. Im Juli hat Sony bereits den Vaio TX3 mit LED-Backlight vorgestellt, der seit August lieferbar ist.

Vidoseven bringt 27“ und 32“ HD ready LCD-TVs

Mit dem 27-Zoll LCD-TV „V7 LTV 27CH“ mit der Auflösung von 1.280 mal 720 Bildpunkten und dem 32-Zoll LCD-TV „V7 LTV 32H“ mit 1.366 x 768 Bildpunkten bringt Videoseven zwei neue HD ready LCD-TV-Geräte auf den Markt. Der V7 LTV 27CH mit einer Bilddiagonale von 68,5 cm erreicht das Kontrastverhältnis 600:1 und den Helligkeitswert von 550 cd/m². Die maximal möglichen horizontalen und vertikalen Betrachtungswinkel liegen bei 170 Grad. 2 Lautsprecher mit zwei mal fünf Watt Leistung sind in das Display integriert. Das 32-Zoll Modell „V7 LTV 32H“ mit der Bilddiagonale von 81,3 cm, dem Kontrastverhältnis von 800:1 und dem Helligkeitswert von 550 cd/m²



ermöglicht vertikal wie horizontal einen Betrachtungswinkel von 176 Grad. Beide Geräte verfügen über die Eingänge Antenne, Cinch, S-Video, VGA und DVI-D mit HDCP-Unterstützung. V7 gewährt auf diese Produkte eine Garantie von zwei Jahren Dauer. Die Spezifikationen für das 32-Zoll Modell lesen sich wie folgt: CMO Panel mit sichtbarer Bildgröße von 709 x 399 mm, Bildformat 16:9, darstellbare Farben max. 16,7 Mio, Reaktionszeit typ. 8 ms, empfohlene Auflösung 1.366 x 768

WXGA, TV-Standard PAL/SECAM, Video-text 252 Seiten, Programmspeicherplätze 99, Audio 2x 8 Watt, Features Auto/Manueller Suchlauf, Progressive Scan, HDTV (720p, 1.080i), PIP Funktion. Anschlüsse: Antenne, Cinch (Composite Video in, Audio in/out), S-Video, Scart1 (SRGB in, Composite/Video in, TV out), Scart2 (SRGB in, Composite/Video in, TV/AV out), VGA (RGB in), DVI-D mit HDCP Entschlüsselung (Video in), Component YUV (Video in), Kopfhörer/Subwoofer out, PC Audio in, Audio Ein- / Ausgänge Composite, S-Video, Component, PC Audio (VGA, DVI), Subwoofer, Kopfhörer. Die UVPs für die ab Oktober lieferbaren HD ready Geräte sollen 999,- und 1.299,- betragen.

Nun lieferbar: LCD-TV Samsung LE-40M71B



Mit dem LE-40 M71B

führt Samsung nun nach der S7 Serie („PoS-MAIL“ berichtete im August-Heft), das erste Gerät der neuen M7-Modellreihe in den Markt ein, einen High-End-Bildschirm für anspruchsvolle Heim-Cineasten: Neue Technologien wie „Movie Mode“ und „True Color in Motion“ sorgen bei der M7-Reihe für die brillante Darstellung von Bildern mit 12,8 Milliarden Farben und das hervorragend hohe dynamische Kontrastverhältnis von 6.000:1.

Die komplex aufgebaute, hochwirksame „Professional Color Correction“ (PCC) ermöglicht es den Geräten der M7-Serie, Programm-Material der wichtigen Video-Normen PAL (europäischer TV-Standard), NTSC (amerikanischer Fernseh-Standard) und HDTV farblich korrekt zu reproduzieren, denn Samsungs neue M7-Serie kann einen wesentlich größeren Farbraum darstellen als herkömmliche Geräte.

Auch der LE-40 M71B trägt das HD ready Logo und ist sogar mit zwei HDMI-Anschlüssen mit High-bandwidth Digital Content Protection (HDCP) ausgerüstet. Ein USB-Port und ein PC-Anschluß ermöglichen den Anschluß weiterer unterschiedlichster Signalquellen und den Einsatz als Computer- und Spiele-Monitor.

Mit dem integrierten Spiele-Modus lassen sich per Knopfdruck Schärfe und Schwarzwert erhöhen und der Sound optimieren. Der integrierte 10-in-3-Multi-Memory-Card-Slot liest alle verbreiteten Flash-Memory-Formate und ist kompatibel zu Digitalkameras, Camcordern und MP3-Playern, deren gespeicherte Ton- und Bilddateien sich einfach auf dem LCD-TV wiedergeben lassen.

Den Bildeigenschaften entspricht auch das Soundsystem: SRS TruSurround XT und fünf unterstützte Tonmodi: Musik, Standard, Film und Sprache sorgen für raumfüllenden Klang und die Option für benutzerdefinierte Einstellungen garantiert erstklassige Tonqualität. Der Samsung LE-40M71B ist zum UVP von 3.299 Euro verfügbar.

evo

Samsung:

40-Zoll-LED-Backlight-TV ab September

Den Schwerpunkt der Samsung Präsenz auf der bevorstehenden IFA werden, laut einer Pressemitteilung des koreanischen Unternehmens, auch in diesem Jahr die neu vorgestellten Flach-TV-Geräte bilden. Als erster Anbieter zeigt Samsung einen ab September lieferbaren 40 Zoll großen LCD-TV, der mit einem LED-Backlight als Hintergrundbeleuchtung ausgestattet ist: „Wir möchten unseren Anspruch als Technologieführer untermauern und präsentieren mit unserem 40-Zoll-LED-Backlight-TV als erster Anbieter einen echten neuen Standard“, so Hans Wienands, Business Director CE Cluster der Samsung Deutschland GmbH. „Unser breites Sortiment bei HD ready-LCD wird um das Thema Full HD erweitert werden.“

SONY

Wissen Sie, ob ein Kolibri Wimpern hat?

Die erste digitale Spiegelreflexkamera mit integriertem Verwacklungsschutz. Von Sony.

Fühlen Sie sich bereit für das nächste Level der Fototechnik? Hier ist die Sony α 100 mit Super Steady Shot Inside, 10 Megapixel Auflösung, Staubschutzsystem und großem Display. Geeignet für 21 Wechselobjektive von Sony und Carl Zeiss, externe Blitze und vieles andere Zubehör mehr. Fotografieren Sie einfach – den Rest erledigt die α 100 für Sie.

www.sony.de/dslr



like.no.other™

Das Zeichen „ α “ wird „Alpha“ gesprochen. „Sony“, „ α “ und „like.no.other“ sind eingetragene Marken der Sony Corporation, Japan.



Pioneer mit siebter Plasma-TV-Generation

Sechs neue Modelle in der Premium-Klasse

Pioneer geht mit seiner siebten Generation der Plasma-TV-Geräte neue Wege. Mit sechs neuen Modellen setzt man jetzt ganz auf die „One Body Strategie“. So sind alle neuen Modelle mit integrierten Lautsprechern und zahlreichen Anschlußmöglichkeiten ausgestattet. Dank konsequenter Weiterentwicklung und Verbesserung der Plasma-Technologie setzt Pioneer mit diesen TV-Geräten ganz neue Qualitätsmaßstäbe.

Die neuen Plasma-TVs von Pioneer arbeiten mit Pureblack Panel 2-Technologie. Im Vergleich zu Pioneers 6G-Modellen wird nochmals eine um 20 Prozent effizientere Lichtentladung und somit eine höhere Leuchtstärke erzielt. Der neue „Direct Colour Filter 2“ sowie die „Intelligent Colour“ Technologie gewährleisten selbst bei sehr hellen Lichtverhältnissen eine Kontraststeigerung von bis zu zehn Prozent. Der Schwarzwert konnte ebenfalls weiter verbessert werden, und störende Reflexionen auf der Frontscheibe werden von „Direct Colour Filter 2“ vollständig eliminiert. Eine weitere Verbesserung in der digitalen Bildbearbeitung wird mit der „Pure Drive 2 HD“ Technologie erzielt. Dank dieser werden die Bilder besonders realistisch und detailreich reproduziert. Erreicht wird dies unter anderem durch die neue „Block Noise Reduction“ (BNR), die insbesondere bei HDTV auftretende



MPEG-Fehler wirkungsvoll verhindert.

Die sechs neuen Plasma-Modelle sind mit der Premium- und Premium+-Linie in zwei Ausstattungsvarianten erhältlich und entsprechen den HD ready Spezifikationen. Für preisbewußte Anwender ist die neue Premium-Serie mit den beiden 42“-Modellen PDP-4270XA (mit analogem TV-Tuner) und PDP270XD (mit analogem und zusätzlichem DVB-T-Tuner inkl. EPG) die erste Wahl. Beide Fernseher haben einen HDMI-Eingang und Teletext mit 2.100 Seiten Speicher. Die neue Premium+-Serie basiert auf demselben 7G Plasma-Panel, bietet aber eine deutlich umfangreichere Ausstattung und ist mit den Bildschirmgrößen von 42“ und 50“ lieferbar. Zwei HDMI-Eingänge, PC-Eingang und verschiedene Bild-in-Bild-Modi sowie eine hochwertig verarbeitete Fernbedienung unterscheiden die Premium+-Modelle von der preisgünstigeren Premium-Klasse.

Die 50“-Modelle sind mit abnehmbaren Lautsprechern für den Heimkino-Einsatz und wahlweise mit seitlich oder unterhalb montierbaren Lautsprechern erhältlich. Die horizontale Auflösung der 50“-Displays wurde auf 1.365 x 768 Pixel erhöht.

Preise und Verfügbarkeit der neuen Pioneer Plasma-TV-Generation lagen bei Redaktionsschluß noch nicht vor, sollen zum Start der IFA jedoch feststehen.

Pioneers 1.080p Plasma-Display

Die volle HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln war bisher ausschließlich der LCD-Technologie als treibendes Verkaufsargument für Zukunftssicherheit vorbehalten. Aufgrund der aufwendigen Fertigung von Plasma-Displays galt es bisher als technisch unmöglich, ein Plasma-Panel mit gleicher Auflösung zu entwickeln. Mit dem nach Angaben des Unternehmens weltweit ersten 1.080p Plasma-Display widerlegen die Pioneer Ingenieure diese These. Der PDP-5000EX wurde von der EISA (European Imaging & Sound Association) als beste HD-Komponente 2006 ausgezeichnet. Pioneer demonstriert mit diesem Produkt eindrucksvoll die Vorteile der Plasma-Technologie. Bei einem Plasma-Display erhält jeder Pixel je eine Kammer für die drei Grundfarben Rot, Grün und Blau. Diese Kammern werden maschinell in ein Trägermaterial geätzt, wodurch der Fertigungsprozeß eines Plasma-Panels sehr aufwendig ist. Beim PDP-5000EX standen die Ingenieure vor der Aufgabe, die Größe der Kammern um ca. die Hälfte im Vergleich zu einem HD ready mit XGA-Auflösung zu reduzieren, womit die Größe eines Pixels auf 0,5 mm²

schrumpft. Pioneer entwickelte ein Verfahren, das eine derart präzise Fräsetechnik verwendet, wodurch die Pixelgröße um ganze 47 Prozent verringert werden konnte. Der PDP-5000EX hat insgesamt 2.073.600 Pixel und 6.220.800 Kammern – zum Vergleich: Ein XGA-Panel hat ca. 100.000 Pixel.

Mehr Pixel legt zugleich auch die Vermutung eines erhöhten Stromverbrauches nahe. Dem ist nicht so, denn je feiner die Auflösung, desto weniger Streuverluste des Lichtes treten auf. Laut Aussagen von Pioneer arbeitet der PDP-5000EX noch wesentlich effizienter als herkömmliche XGA-Modelle und ist somit noch ökonomischer.

Er ermöglicht erstmals die Dot-by-Dot-Darstellung von 1.080p Material und ist daher das ideale Display für hochauflösendes Blu-Ray Videomaterial. Das 1.080p Videosignal wird digital über einen der zwei HDMI-Eingänge übertragen und kann in diesem Modus ohne weitere Skalierung vom Display wiedergegeben werden. Alternativ ist das Panel mit einem DVI-Eingang sowie einem PC-Eingang zur Übertragung von HD-Signalen ausgestattet.

Technisch basiert das 1.080p Plasma-Panel auf der erfolgreichen 6G-Plasma-TV-Modellreihe von Pioneer. Der PDP-5000EX ist seit Juli lieferbar. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 8.299 Euro.

Pioneer stellt drei neue Multiformat DVD-Recorder vor

Pioneer präsentiert auf der IFA drei neue Festplatten DVD-Recorder mit High Definition kompatiblen Videochip inklusive HDMI-Schnittstelle und Video Scaler. Sowohl auf Festplatte aufgezeichnete Videoinhalte als auch DVDs rechnen die drei neuen Modelle DVR-545H, DVR-545HX und DVR-645H auf die HDTV-Auflösung 1.280 x 720p oder 1.920 x 1.080i hoch, wodurch Detailreichtum und Tiefenschärfe bei der Bildausgabe erheblich verbessert werden. Der DVR-545HX ist außerdem mit einem integrierten DVB-T-Tuner ausgestattet und ermöglicht somit einfachste Programmierung und Aufzeichnung. Die neuen Pioneer DVD-Recorder sind in der Lage, die Aufnahmen auf alle erhältlichen DVD-Rohlinge zu sichern. DVD-R, DVD-RW, DVD-R DL, +R, +RW, +R DL und auch DVD-RAM Medien können die Pioneer DVD-Recorder lesen und beschreiben. Die beiden DVD-Recorder DVR-545H und DVR-545HX bieten mit einer 160 GB großen Festplatte Platz für bis zu 455 Aufnahme-Stunden, der DVR-645H mit 250 GB Festplatte sogar für bis zu 711 Stunden. Die Festplatte läßt sich nicht nur für TV-Aufnahmen, sondern auch als Medien-Archiv für Musik und Bilder nutzen. Über einen der Front USB-Eingänge lassen sich MP3-, WMA- und JPG-Dateien auf die Festplatte spielen und anschließend über die Jukebox-Funktion verwalten. Die USB-Schnittstellen unterstützen darüber hinaus auch die neue PictBridge-Funktion, die das Ausdrucken von Bildern ohne PC ermöglicht. Hierzu werden lediglich eine Digitalkamera oder ein anderer USB-



Speicher mit Bildern und ein PictBridge kompatibler Drucker an die USB-Ports angeschlossen. „Pause Live TV“ nennt sich ein neues Feature, womit das laufende Fernsehprogramm jederzeit mit nur einem Tastendruck angehalten und zu einem beliebigen späteren Zeitpunkt wieder fortgesetzt werden kann. Die Bedienung der neuen DVD-Recorder ist sehr einfach. Eine übersichtliche Menüführung und die neu konzipierte Fernbedienung sorgen dafür, daß sich auch Neu-Einsteiger schnell in den digitalen Welten zurechtfinden. Aufnahme und Programmierung sind mit nur einem Knopfdruck möglich.

Die neuen DVD-Recorder von Pioneer sind ab Oktober lieferbar. Die empfohlenen Verkaufspreise lauten: 499 Euro (DVR-545H), 699 Euro (DVR-545HX) und 649 Euro (DVR-645H).



Laut Angaben von Pioneer ist der PDP-5000EX der weltweit erste Plasma-Fernseher mit 1.080p Display. Das Gerät wurde von EISA als beste HD-Komponente 2006 ausgezeichnet.

Samsungs neues NV-Kamerakonzzept

Das Ziel, die Nummer eins im Kameramarkt zu werden, will der koreanische Samsung Konzern nach den Worten von Samsung Präsident und CEO Joong Koo Lee im Jahr 2009 erreicht haben.

Auf einer internationalen Pressekonferenz nannte Lee als Zwischenstationen das Erreichen eines weltweiten Marktanteils von zehn Prozent beim Wert im Jahr 2006, den Aufstieg zu einem der führenden Hersteller der internationalen Kameraindustrie und das Erreichen von Spitzenwerten bei Markenimage und Marktzahlen im Jahr 2007, den Einstieg in die Top Ten der Kameramarken im Jahr 2008 und das endgültige Erreichen des Gipfels im Jahr 2009.

Neben einer Reihe von Maßnahmen zur Optimierung der unternehmensinternen Prozesse soll die Einführung innovativer Kameras dazu beitragen, die gesteckten

Ziele zu erreichen. Einen ersten Vorgeschmack auf zukünftige Entwicklungen und Produkte gibt dabei die neue Samsung NV-Digitalkameraserie, deren erste drei Modelle NV3, NV7 und NV10 auf der Pressekonferenz vorgestellt wurden.

NV steht für New View und soll Samsungs neue Sicht auf ein neues, anspruchsvolles Kamerakonzzept verdeutlichen, in dessen Mittelpunkt Produkte mit ultrakompakten Gehäusen aus schwarzem Aluminium und luxuriöser Ausstattung stehen. Optisch erkennbar ist die neue NV-Serie durch einen blauen Ring rund um das Objektiv.

Als Spitzenmodell präsentierte Samsung die NV10. Sie beherbergt in einem 18,5 mm flachen Gehäuse ein optisches Dreifach-Zoomobjektiv (entsprechend 35–105 mm bei Kleinbild) aus dem Hause Schneider-Kreuznach für Aufnahmen ab einer Motivent-

fernung von vier Zentimetern (im Auto Macro-Modus) und einen 10,1-Megapixel-Chip. Für diejenigen, denen der optische Brennweitenbereich nicht ausreicht, steht eine Fünffach-Digitalzoomfunktion bereit, die die maximale Brennweite auf 525 mm verlängert, und dies, so Samsung, „ohne sichtbare Verluste“.

Die 20,9 mm flache Samsung NV7 ist mit einem 7,1-Megapixel-Aufnahmechip und einem 2,8–3,7/



Die ersten drei Modelle der neuen Samsung NV-Serie: das Flaggschiff NV10 (oben) mit 10,1 Megapixeln, das kleinere Schwestermodell NV7 (links) und das kompakte Multifunktionsgerät NV3.



Samsung NV3 vereint sieben Funktionen in einem Gerät: Digitalkamera, portabler Media-Player, MP3-Player, Diktiergerät, E-Book, Camcorder und USB-Stick – und das alles in einem 17,7 mm flachen Gehäuse.

Gegen Verwacklungen setzt die NV-Serie die Advanced Shake Reduction Funktion (ASR) ein. Bei dieser Samsung-exklusiven Technologie fertigt die Kamera automatisch zwei Fotos mit derselben ISO- und Blendeneinstellung an, eine unterbelichtete mit kurzer Verschlusszeit (für die Fokuginformation) und eine exakt belichtete, aber verwackelte Aufnahme mit langer Verschlusszeit (für die Farbinformation). Diese beiden Bilder werden dann von der Kamerasoftware unter Berücksichtigung sämtlicher Sensordaten kombiniert.

Bei der NV-Serie wurde außerdem ein neues Bedienkonzept realisiert: Ähnlich wie beim Trackpad eines Notebooks blättert der Fotograf bei dieser Steuerung namens Touch & Click während der Bildwiedergabe durch Ziehen mit dem Finger nach rechts und links in den Bildern und Videoclips. Visuell unterstützt wird er dabei durch ein neuartiges grafisches Benutzeroberfläche auf dem Monitor.

PREMIERE für nur € 9,99* pro Monat!

**Vemarkten Sie
die neuen Angebote!**

Die neuen, erstklassigen Pakete von PREMIERE. Jedes für nur € 9,99*. Alle flexibel miteinander kombinierbar.

■ PREMIERE BLOCKBUSTER
■ PREMIERE ENTERTAINMENT
■ PREMIERE THEMA

■ PREMIERE SPORT
■ PREMIERE FUSSBALL

PREMIERE
Fernsehen erster Klasse

* Obiger Preis gilt für ein 24-Monats-Abo je Paket Ihrer Wahl. Sie sparen unabhängig von der Anzahl der gewählten Pakete € 4,99 pro Monat im Vergleich zu einem 12-Monats-Abo. Zuzüglich einmaliger Aktivierungsgebühr in Höhe von € 29,99. Änderungen vorbehalten.

Der DMB-Standard wächst aus der Pilotphase heraus Fernsehspaß auf dem Handy

Wer als Besucher zur Internationalen Funkausstellung nach Berlin fährt, kann sich nicht nur über die neuesten Trends der Consumer Electronics informieren, sondern sich auch von der Funktionsfähigkeit des neuen Angebotes Handy-TV überzeugen (lassen). Denn auf vielen Ständen wird es entsprechende Demonstrationen geben. Aber damit nicht genug: Berlin ist eine der Städte, in denen nach einer Pilotphase der Regelbetrieb von Handy-TV nach dem DMB-Standard begonnen hat. So können IFA-Besucher, vorausgesetzt, sie besitzen ein entsprechendes Endgerät, überall im Stadtgebiet Fernseh- und Radioprogramme auf ihrem Handy empfangen.

DMB (Digital Multimedia Broadcasting) ist die Bezeichnung für den ersten der konkurrierenden Rundfunkstandards (siehe Kasten unten), der regulär in Betrieb gegangen ist. DMB ist aus technischer Sicht eine Erweiterung von DAB, dem seit dem Jahr 1995 in Deutschland eingeführten, europäischen Standard für „Digital Audio Broadcasting“. Der DAB-Empfang ist in rund 80 Prozent des Bundesgebiets möglich und – im Gegensatz zum terrestrischen Antennenfernsehen DVB-T – für die mobile Nutzung optimiert. Weil Mobiles Fernsehen im DMB-Standard die seit vielen Jahren bestehenden Sende-

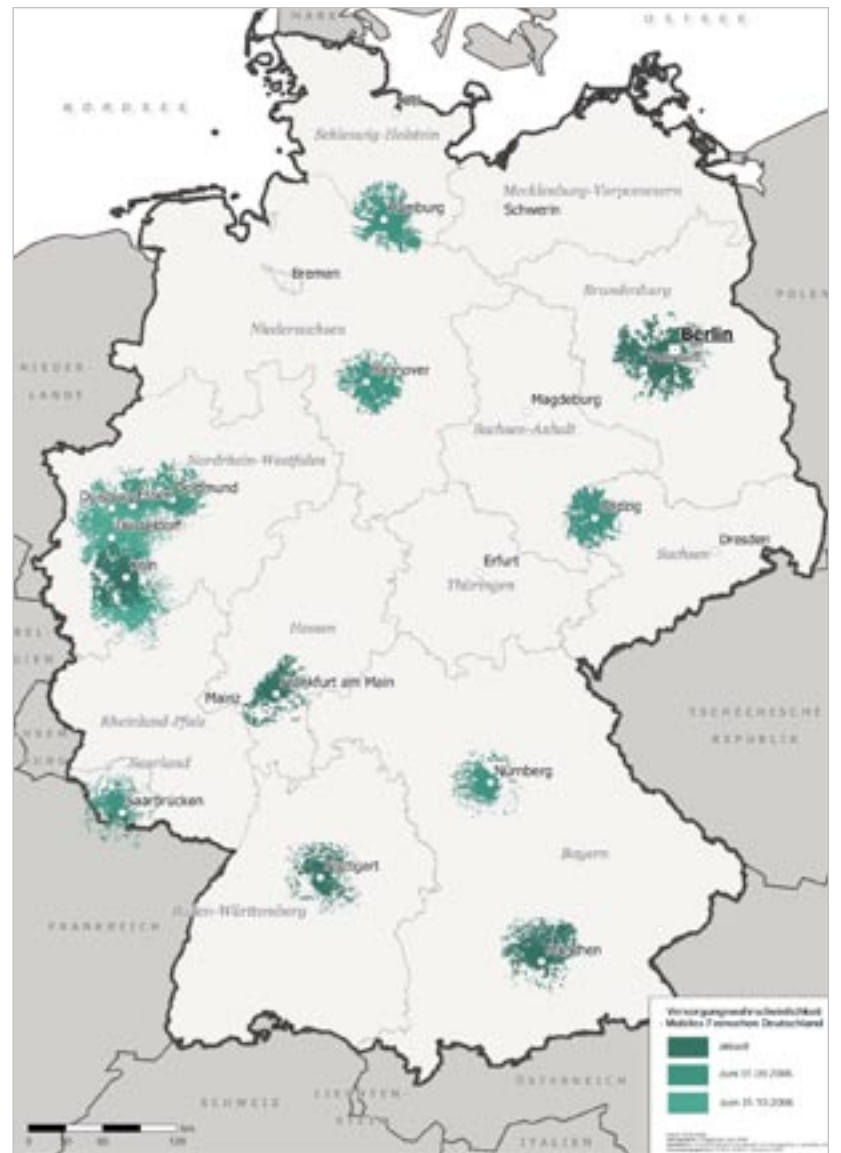
werden, so daß zum Beispiel Sportereignisse mit höherer Qualität dargestellt werden können. DMB ist vor einigen Monaten in fünf deutschen Großstädten gestartet. Seitdem wurde das Verbreitungsgebiet kontinuierlich ausgebaut (siehe Grafik rechts). Wie weit die Erweiterung der Versorgungsgebiete gehen wird, hängt letztlich

am Handy-Display weniger eignen würden.

Weil der Netzausbau bei DMB günstiger ist als bei DVB-H (siehe Kasten unten) kann jedenfalls erwartet werden, daß DMB schneller in neue Regionen vordringen wird. Der derzeitige Ausbauplan sieht vor, daß im Jahr 2008 etwa 75 Prozent der Bevölkerung Mobiles Fernsehen empfangen können und 2010 der nahezu flächendeckende Ausbau erreicht ist.

Weltweit ist Mobiles Fernsehen im DMB-Standard bereits in China und Korea auf dem Markt und dort sehr erfolgreich. In Europa laufen die Vorbereitungen für die Markteinführung auch in anderen Ländern außer Deutschland, teils in technisch etwas abgewandelter Form. Nur acht Monate nach Markteinführung nutzten bereits ein Prozent der Koreaner das Mobile Fernsehen – auf Deutschland umgerechnet würde das nach einem Dreivierteljahr eine Zahl von 700.000 Nutzern bedeuten.

Diese Zahl sollte Grund genug für den Handel sein, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen.



Seit dem Start des Handy-TV wurde das Versorgungsgebiet kontinuierlich ausgebaut. Der derzeitige Ausbauplan sieht vor, daß im Jahr 2008 etwa 75 Prozent der Bevölkerung Mobiles Fernsehen empfangen können und 2010 der nahezu flächendeckende Ausbau erreicht ist. Erfahrungen in Korea und China zeigen, daß die Zahl der Nutzer von Handy TV schnell wächst.



Nachdem die Pilotphase für Handy TV nach dem DMB-Standard abgelaufen ist, werden immer mehr Deutsche die Möglichkeit bekommen, unterwegs auf ihrem Handy ganz normale Fernseh- und Radioprogramme zu empfangen.



anlagen von DAB nutzt, funktioniert es in der Regel sehr stabil und zuverlässig.

Mobiles Fernsehen wird nicht über Mobilfunk-Basisstationen ausgestrahlt, sondern über Rundfunk-Sendeanlagen – in vielen Städten über den klassischen Fernsehturm. Für Mobiles Fernsehen im DMB-Standard wird es also weder neue Sendemasten geben, noch erfordert der TV-Betrieb zusätzliche Sendeenergie bei den Empfangsgeräten, weil das Handy hier ausschließlich als Empfänger arbeitet und nicht selbst sendet.

Zum Start hat DMB eine Nutzdatenrate von rund einem Megabit pro Sekunde. Die Bandbreite kann den einzelnen TV-Kanälen dabei unterschiedlich zugewiesen

von der Marktentwicklung ab. Diese wird von vielen Experten als sehr günstig beurteilt. So zeigte sich beispielsweise nach einem Bericht des Onlineportals tellarif.de Professor Klaus Goldhammer von der Goldmedia GmbH Media Consulting und Research bezüglich der Vermarktungsmöglichkeiten für Handy-TV recht optimistisch. Nach Goldhammers Ausführungen seien 77 Prozent der Mobilfunkkunden auch Mobile-TV-affin, und rund 12,50 Euro im Monat sei der durchschnittliche Kunde bereit, für den Fernsehempfang auf dem Mobiltelefon zu zahlen. Als geeignete Inhalte sieht Professor Goldhammer vor allem kurze Formate wie bzw. Nachrichten an, während sich z. B. Spielfilme für die Betrachtung

Auch UMTS und DVB-H können Radio- und Fernsehprogramme übertragen

Zur Videoübertragung eignen sich neben dem vom Mobilem Fernsehen verwendeten Rundfunkstandard DMB auch andere Technologien. Am bekanntesten ist derzeit wohl UMTS, dazu kommt das in Entwicklung befindliche DVB-H. Jeder dieser Standards hat eigene Vorteile ebenso wie spezifische Beschränkungen.

UMTS hat vielen Mobilfunknutzern bereits die Faszination von bewegten Bildern auf dem Handy vermittelt, aber auch die Grenzen dieses Übertragungsstandards deutlich gemacht: UMTS-Videos werden nicht ausgestrahlt, sondern per „Streaming“ übertragen. Dazu ist für jeden Nutzer eine eigene Verbindung zwischen seinem Endgerät und einem sogenannten Multimedia-Server notwendig. Weil die Zahl der innerhalb einer Funkzelle möglichen Verbindungen begrenzt ist, kann UMTS an Kapazitätsgrenzen stoßen, was bereits bei zehn bis fünfzehn Nutzern innerhalb einer Mobilfunk-Zelle der Fall sein kann. In der Regel ist auch die Bild- und Tonqualität merklich schlechter als bei Mobilem Fernsehen in den speziell für Handy-TV entwickelten Standards. Beim Mobilem Fernsehen gibt es, anders als bei UMTS oder Mobiltelefonie, keine Funkzellen. Im von einem DMB-Sender versorgten Gebiet ist die Zahl der Zuschauer deshalb – wie bei jeder Rundfunk-Technologie – unbegrenzt. UMTS hat seine Qualitäten also bei der schnellen, individuellen Datenübertragung, zum Beispiel für den E-Mail-Abruf

oder die Informationssuche im Internet. Für die Live-Verbreitung von TV-Programmen ist es aber weniger geeignet.

DVB-H ist dagegen wie DMB ein auf Handys ausgerichteter Rundfunkstandard. Er befindet sich noch im Erprobungsstadium, der Zeitpunkt für einen allgemeinen Marktstart ist noch nicht abzusehen. Eine echte Vermarktung und der bundesweite Ausbau ist bei DVB-H allein schon deshalb derzeit nicht möglich, weil die benötigten Frequenzen in einigen Bundesländern noch durch traditionelle Fernsehprogramme belegt sind, deren terrestrische analoge Verbreitung für DVB-H abgeschaltet werden müßte. Dies ist frühestens zum Ende des Jahres 2007 zu erwarten.

Das Mobile Fernsehen im DMB-Standard ist dagegen bereits im Mai dieses Jahres mit dem regulären, bundesweiten Roll-out an den Start gegangen. Bei gleicher Frequenzzuweisung kann DVB-H zwar theoretisch mehr Kanäle übertragen, aber die Frequenzsituation ist in mehreren Bundesländern noch ungeklärt, während die für den Start von DMB nötigen Frequenzen bundesweit verfügbar sind. Dies hängt auch damit zusammen, daß die DVB-H-Ausstrahlung eine Frequenzbandbreite von bis zu acht MHz belegt, während für DMB ressourcenschonende 1,5 MHz vorgesehen sind. Zu dem Zeitpunkt, zu dem DVB-H tatsächlich marktfähig ist, wird voraussichtlich auch DMB 15 bis 20 Kanäle anbieten.

Toshiba LCD-TV: Produkt-Feuerwerk zur IFA



Die Modelle der Toshiba High-End-Serie Regza WL68 sind mit „Active Vision M100“ und „Pixel PROcessing IV“ ausgestattet und tragen das HD ready Logo. Zusammen mit Onkyo entwickelte Slim-Speaker und ein „SRS-WOW-Surround“-Sound-Prozessor erzeugen klaren und voluminösen Sound.

Zur IFA präsentiert Toshiba ein noch eindrucksvolleres Aufgebot an neuen LCD-TV-Modellen als jemals zuvor. Besondere Aufmerksamkeit ist den zwei erstmalig gezeigten Regza-High-End-Serien sicher: die mit der neu entwickelten Bildtechnologie „Active Vision M100“ ausgestattete Modellreihe WL68 mit drei HDMI-Anschlüssen und Pixel PROcessing IV sowie die neue Full-HD LCD-TV-Serie WL67. Außerdem erweitert Toshiba sein Gesamtangebot im Bereich LCD-TV um neue Modelle mit integriertem DVB-T Tuner in Bildschirmgrößen von 51 Zoll und darunter und ersetzt außerdem gleichzeitig zahlreiche LCD-TV-Geräte durch neuentwickelte Nachfolgemodelle.

High-End-Serie Toshiba WL68

Bei der neuen High-End-Serie Regza WL68 setzt Toshiba die neuentwickelte Bildtechnologie „Active Vision M100“ ein: Auch schnell bewegte Bildinhalte werden nun mit hoher Schärfe und Detailgenauigkeit dargestellt. Mit Active Vision M100 wird das LCD-Panel pro Sekunde mit der doppelten Anzahl von Bildern angesteuert als sonst üblich. Der komplette Bildinhalt wird pro Sekunde hundertmal erneuert, statt wie bisher üblich nur fünfzigmal. Die WL68-Modelle besitzen drei HDMI-Anschlüsse – ein Luxus, den außer Toshiba noch kein anderer Hersteller anbietet. Das erspart dem Anwender beim Anschluß mehrerer HDMI-Peripheriegeräte die zusätzliche Anschaffung einer relativ teuren HDMI-Switchbox. Zwei rückseitig positionierte Anschlüsse stehen für den Anschluß von Zuspielgeräten wie z. B. Settop-Box und HD DVD-Player bereit. Über den dritten, leicht zugänglichen HDMI-Steckplatz auf der vorderen Geräteseite lassen sich HD-Spielkonsolen oder HD-Camcorder bequem und unkompliziert mit dem Fernsehgerät verbinden. Neben „Active Vision M100“ sind die High-End-Modelle der WL68-Serie auch mit der von



Die Bildtechnologie „Active Vision M100“ und Pixel PROcessing III+ machen Schluß mit den unscharfen und verschleierte Konturen dynamisch bewegter Bildinhalte.

Toshiba entwickelten Bildverbesserungstechnologie „Pixel PROcessing IV“ ausgestattet. In die Version IV wurde neben den zehn digitalen Schaltungsgruppen der Vorgängerversion III auch die optimierte Variante von „Active Backlight Control“ integriert. Die neue Technik zur Steuerung der Backlight-Intensität paßt diese flexibel an die jeweilige Helligkeit der Bild-

inhalte an. Dadurch wird ein spürbar verbesserter Kontrasteindruck der Bildinhalte erreicht. Die von Toshiba in Zusammenarbeit mit Onkyo entwickelten Slim-Speaker und ein „SRS-WOW-Surround“-Sound-Prozessor erzeugen trotz minimalen Gehäusemaßen klaren und voluminösen Sound. Das Design der WL68-Modelle basiert auf einem attraktiven, eleganten Bi-Colour-Konzept mit einem Gehäuse in Piano Black und silberfarbenem Rahmen. Die neue High-End-Serie startet mit dem 82-cm-Modell (32WL68P) und einem 94 cm großen Gerät (37WL68P). Beide Geräte tragen das HD ready Logo und sind wahlweise auch mit integriertem DVB-T Tuner lieferbar (32WLT68P und 37WLT68P). Die neuen Modelle sollen ab Oktober 2006 verfügbar sein.

Full HD: Toshiba Flaggschiff Regza WL67

Schon im Mai dieses Jahres hat Toshiba erste Full-HD LCD-TVs auf den Markt gebracht. Um die stark ansteigende Nachfrage nach LCD-Bildschirmen mit echter HD-TV Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten bedienen zu können, baut Toshiba sein Full-HD Angebot jetzt auf vier Modelle



„Active Vision M100“ von Toshiba sorgt bei LCD-TVs für mehr Details, weichere Farbdarstellung, höhere Schärfe, größere Bildtiefe und klare Detail-Konturen bei schnellen Bildsequenzen.

aus: Mit zwei Full-HD-Modellen 37WL67Z (94 cm Bildschirmdiagonale) und 42WL67Z (107 cm) wird Toshiba auf der IFA die Markteinführung der neuen High-End-Serie Regza WL67 starten. Mit ihren Full-HD LCD-Panels und zwei HDMI-Schnittstellen sind alle WL67-Modelle HD ready. Für einen der hervorragenden Bildqualität angemessenen Sound sorgt der „SRS-WOW-Surround“-Sound-Prozessor der neuen Regza WL67 LCD-TV-Geräte, die ab September 2006 lieferbar sein sollen.

Auch für kleinere Bildschirmgrößen Digitaltuner

Ab September bietet Toshiba auch bei kleineren Bildschirmen mit 51 cm bis 70 cm Bilddiagonale Geräte mit digitalem DVB-T Tuner an. Die neuen Modelle tragen die Typenbezeichnungen: 20WLG65G (51 cm Bildschirmdiagonale), 23WLG65G (59 cm) und 26WLG66P (66 cm). Das zuletzt genannte Gerät 26WLG66P ist ein HD ready Modell der Regza-Familie und mit zwei HDMI-Anschlüssen und Pixel PROcessing III+ ausgestattet. Der 26WL66Z wird wahlweise auch ohne Digitaltuner verfügbar sein.

Neue Modelle: Toshiba LCD-TV-Offensive

Im Rahmen seiner LCD-TV-Offensive anlässlich der IFA 2006 wird Toshiba fünf weitere neue Nachfolge-Modelle vorstellen, mit denen bisherige Modelle ersetzt werden. Die Typenbezeichnungen und Bilddiagonalen sind: 15VL63G (38 cm Bildschirmdiagonale), 20VL63G (51 cm), 32DL66Z und 32WLG66S (82 cm Bildschirmdiagonale) sowie der 37WLG66S (94 cm).

Start zur IFA:

Toshiba Fachhandels-Exklusivprogramm

Zur IFA führt Toshiba mit drei ersten Produkten ein Fachhandels-Exklusivprogramm für LCD-TVs ein: Das 32-Zoll-Modell 32EL66Z (82 cm Bildschirmdiagonale) ist mit der Bildtechnologie Pixel PROcessing III+ und zwei HDMI-Anschlüssen ausgestattet, die beiden Modelle 37EL67Z (94 cm Bildschirmdiagonale) und 42EL67 (107 cm) besitzen ein Full HD Panel mit echter HD-TV Auflösung von 1.920 x 1.080 Bildpunkten. evo



Das Wort zum Sonntag. Auf einem Grundig mit HD Evolution.

Zu erleben auf der IFA, Halle 23b



Mit HD Evolution von Grundig erlebt Fernsehen eine neue Faszination. Damit führt Grundig nicht nur seine Chassis-Kompetenz bei der neuen digitalen Bildtechnologie fort, sondern setzt auch wieder Maßstäbe: Der neue LCD-TV Lenaro 37 mit HD Evolution bietet mit Full HD natürliche Bildwiedergabe, erstklassigen Sound, Connectivity Pro und die Benutzerführung Easy Dialog. Das ist engineering made by Grundig.

GRUNDIG
made for you

Hitachi präsentiert neue Hybrid-Camcorder auf der IFA

Die Verbindung von DVD und Festplatte

Hitachi zeigt auf der IFA zwei Hybrid DVD/Festplatten-Camcorder. Der DZ-HS303 und der DZ-HS301 ermöglichen eine hohe Aufnahmekapazität und sind sowohl bei der Aufzeichnung als auch bei der Bearbeitung des Materials flexibel.

Die neuen Hybrid-Camcorder von Hitachi sind mit einer 8-GB-Festplatte ausgestattet und erlauben die Aufnahme mit dem Gerät auch dann, wenn mal keine DVD zur Hand ist. 8 GB entsprechen einer Aufnahmezeit von etwa sechs Stunden im Standard-Modus. Die Festplatte ist mittels Stoßdämpfer flexibel gelagert, sie arbeitet mit der sogenannten Extra Sensory Protection (ESP)-Technologie, die sie vor Erschütterungen und sogar bei Stürzen schützt. Wie alle aktuellen DVD-Camcorder von Hitachi haben auch die neuen Hybrid-Modelle ein eigenes Super Multi Drive, das alle im Handel erhältlichen 8 cm DVD Scheiben liest und

beschreibt (DVD-R, DVD-RW, DVD+RW und DVD-RAM). Je nach Speicherkapazität der gewählten Scheibe finden bis zu 120 Minuten Filmmaterial darauf Platz. Hitachi vereint die Stärken zweier Speicherformate in einem Gerät. Die integrierte Festplatte steigert die Aufnahmekapazität auf bis zu 8 Stunden um das sechsfache gegenüber einfachen DVD-Camcordern und erlaubt flexibles Aufzeichnen, Auffinden und Löschen von Dateien. Gleichzeitig kann das aufgezeichnete Filmmaterial ohne Umwege über den PC direkt im Camcorder auf DVD gebrannt werden. Dies geht ganz einfach per Dubbing-Funktion, mit der ganze Filme oder manuell ausgewählte Szenen per Knopfdruck auf DVD kopiert werden können.

„Bisherige Camcorder bieten nur begrenzte Bearbeitungsfunktionen. Meist wird alles so gebrannt, wie es vorher aufgenommen wurde. Festplatten-Camcorder hingegen ermöglichen das Editieren des Videomaterials, bieten allerdings ohne den Anschluß an



Die neuen Hybrid-Camcorder von Hitachi sind sowohl für die Aufzeichnung auf DVD als auch auf Festplatte geeignet. Somit ermöglichen die Geräte besonders flexible Aufnahmen.

einen PC meist keine Möglichkeiten, die fertigen Filmaufnahmen auf DVD zu brennen“, erklärt Roland Fritsch, Product Marketing Manager, Hitachi Digital Media Group. „Unsere Hybrid-Camcorder verbinden die Vorteile beider Lösungen. Filme können schnell und bequem aufgenommen und zusammengestellt werden und im Anschluß in ein- oder mehrfacher

Ausführung auf DVD gebrannt werden.“ Alle Modelle sind mit einer Schnapsschuß-Funktion ausgestattet. Diese ermöglicht es, Fotos aus einem Video herauszuschneiden und separat auf SD-Karte zu speichern. Umschalten zwischen der Foto- und Videofunktion ist nicht nötig, da die gewünschten Szenen nach der Aufnahme auf DVD einfach zum

Foto umgewandelt werden. Die beiden neuen Camcorder unterstützen das 16:9-Bildformat. Dadurch ist sichergestellt, daß die finalisierten Bilder bei der Wiedergabe auf modernen TV- oder Flachbildgeräten nicht beschnitten oder verzerrt, sondern in voller Größe und bester Qualität dargestellt werden. Das 2,7 Zoll große Farb-LCD hat auch Widescreen-Format.

Dank Hitachis 1-Sekunden-Schnellstart-Funktion sind die Camcorder aus dem Stand-by-Modus heraus binnen einer Sekunde einsatzbereit, und knapp verpaßte Schnapsschüsse gehören der Vergangenheit an. Der DZ-HS303 hat eine Auflösung von 3,3 Megapixeln und eine 10fach optische und 500fach digitale Zoomfunktion. Der DZ-HS301 kommt mit einer Auflösung von 1,3 Megapixeln und einer 15fach optischen und 800fachen digitalen Zoomfunktion. Beide Camcorder sind ab November lieferbar. Die UVP für den DZ-HS301 lautet 699 Euro und für den DZ-HS303 999 Euro. *miz*

Neuheiten

V7 Videoseven V7 L19WD: Widescreen-Display mit 5 ms Reaktionszeit



Mit dem neuen 19-Zoll Widescreen-Display V7 L19WD V7 erweitert Videoseven seine „Entertainment Line“ durch ein neues Modell, das sich neben dem gewohnt attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis durch seine geringe Reaktionszeit von 5 ms und eine integrierte DVI-D Schnittstelle auszeichnet. Mit dem komfortablen Widescreen-LCD adressiert V7 Videoseven gleichermaßen Spielefans und Filmbegeisterte wie Anwender aus dem SoHo-Bereich. Das silber-schwarze Gehäuse und das elegante Design machen das neue Display zum Blickfang. Mit einer Helligkeit von 300 cd/m² und dem Kontrastverhältnis von 500:1 verfügt der V7 L19WD über beste Voraussetzungen für hervorragende Bildqualität. Das schlanke und elegante Multimedia-Display ist mit zwei integrierten 2,5-Watt-Lautsprechern bestückt. Optional ist eine Wandhalterung erhältlich.

MP3 FM-Transmitter von TrekStor



Der neue FM-Transmitter „MP3-RadioStation f.ox“ von TrekStor überträgt MP3-Musik per Funk zum Autoradio wie ein UKW-Sender und spielt Audiotitel direkt vom USB-Stick ab: Mit der MP3-RadioStation f.ox kann die von einem MP3-Player oder anderen externen Audiogeräten abgespielte Musik über das Soundsystem des Autos angehört werden.

den. Das Besondere: Die „MP3-Radio Station f.ox“ verfügt neben einem Line-In-Anschluß für externe Audiogeräte auch über einen USB-Host-Anschluß und überträgt Audio-Titel direkt von einem gängigen USB-Stick mit Flashspeicher zum Autoradio. Abspielen lassen sich MP3- und WMA-Files. Besonders praktisch: Über den USB-Anschluß kann ein akkubetriebener MP3-Player aufgeladen werden. Die MP3-RadioStation f.ox wird direkt und ohne zusätzliches Kabel an den Zigarettenanzünder des Autos angeschlossen. Das angenehm große Display läßt sich für die beste Draufsicht individuell neigen. Die Bedienung des TrekStor



FM-Transmitters ist bequem und einfach. Die Übertragungsfrequenz ist aus 14 bereits voreingestellten Sendefrequenzen im Frequenzbereich von 87,7–88,9 MHz und 106,7–107,9 MHz auswählbar. Das macht es einfach, jederzeit einen freien Sendekanal für die Audioübertragung einstellen zu können, der nicht durch einen kommerziellen Sender belegt ist. Die MP3-RadioStation f.ox ist zu allen handelsüblichen Autoradios kompatibel. Über den in den FM-Transmitter eingesteckten 3,5-mm-Klinkenstecker lassen sich beliebige Audio-Signale einspielen und über die Lautsprecher des Autoradios anhören. Mit 43,8 Gramm ist die MP3-RadioStation f.ox relativ leicht und kann bequem mit sich geführt werden. Der

kleine Sender entspricht den aktuellen gesetzlichen Bestimmungen und ist zum Betrieb in Deutschland zugelassen. Der FM-Transmitter MP3-RadioStation f.ox ist zum UVP von 34,99 Euro verfügbar. Zum Lieferumfang gehören Bedienungsanleitung, Ersatzsicherung und Line-In-Kabel.

PureLink: HDMI-Signal auf bis zu fünf Displays verteilen



Das Unternehmen PureLink stellt eine neue Produktreihe mit Umschaltboxen und Verteilern für HDMI-Signale vor, mit denen sich mehrere Bildausgabegeräte gleichzeitig an einer Zuspieldquelle betreiben lassen, ohne daß der Kopierschutz außer Kraft gesetzt wird, also vollkommen legal. Der im HDMI-Standard integrierte Kopierschutz HDCP soll verhindern, daß ein vom Zuspieldgerät zum Bildausgabegerät übertragenes Signal unterbrochen oder zu einem dritten Gerät weitergeleitet wird. Denkbar ist jedoch eine technische Lösung, bei der jeder der in der Anzahl erweiterten HDMI-Ausgänge jeweils mit einem eigenen HDMI-Chip bestückt ist, der seinerseits die Kommunikation mit dem angeschlossenen Display überwacht. Wie auch immer: Sowohl für den PoS bei der Vorführung angebotener HD-Displays wie für Einsatzbereiche, bei denen das gleiche hochauflösende Videoprogramm auf mehreren Bildschirmen oder Projektoren dargestellt werden soll, können PureLink-Produkte die Problemlösung bedeuten. Über einen HDMI-Eingang und fünf HDMI-Ausgänge verfügt die Box „HD-150“, die in Deutschland zum UVP von 800 Euro gehandelt werden soll. Mit der Box HD-150 lassen sich in einer Sportbar fünf Monitore mit

Lite-On SHM-165H6S: Mit LightScribe und RAM



LightScribe-Funktionalität und RAM-Kompatibilität zeichnen den neuen DVD-Brenner SHM-165H6S von Lite-On aus. Er brennt DVD±R Rohlinge 16fach. Double Layer Rohlinge beschreibt er mit achtfacher und Dual Layer Scheiben mit vierfacher Speed. Mit fünffacher Geschwindigkeit archiviert der SHM-165H6S Daten auf einer DVD-RAM. Der Brenner überschreibt DVD+RW- mit achtfacher und DVD-RW-Medien mit sechsfacher Geschwindigkeit. Der SHM-165H6S ist das neueste Modell in der Lite-On „Super AllWrite“ Produktreihe. „Super AllWrite“ ist das Schlagwort für die Erweiterung der Kompatibilität eines Optical Disk Laufwerks auf alle verfügbaren Medien wie DVD±R(W) (DL), DVD-RAM und CD-R(W). Das „Super AllWrite“-Prädikat erweitert für den Anwender die Einsatzmöglichkeiten dieses Geräts und gibt ihm eine höhere Sicherheit beim Einkauf von Rohlingen. Der Lite-On SHM-165H6S ist zum UVP von 56 Euro lieferbar.



dem gleichen HDMI-Signal ansteuern. Neben jedem Port signalisiert eine LED die Integrität des HDCP-Kopierschutzes. Für derartige Installationen, bei denen größere Distanzen als die maximal bei HDMI möglichen 15 Meter überbrückt werden sollen, bietet PureLink passende Kabel an. Bei diesen wird das elektrische HDMI-Signal bereits im ersten Stecker des Kabels in ein optisches Signal konvertiert, mit dem dann bis zu 100 Meter Kabellänge überbrückt werden können. Die kleinste Box „HDS-21R“ ermöglicht zwei Zuspieldgeräte an einem Display und soll 259 Euro kosten.

BenQ FP73E: Premium-Office LCD-Monitor



Mit dem FP73E präsentiert BenQ einen neuen LCD-Monitor im 17-Zoll-Format mit

einem höhenverstellbaren, dreh- und neigbaren Double-Hinge Fuß. Der neue Monitor wurde speziell für den ermüdungsarmen Dauereinsatz konzipiert und entspricht den Anforderungen der TCO03, TÜV-Ergonomie und der TÜV-GS.

Mit einem Helligkeitwert von 300 cd/m² und dem Kontrastverhältnis von 500:1 erzeugt der FP73E leuchtstarke und brillante Bilder bei unterschiedlichstem Umgebungslicht. Die Betrachtungswinkel betragen horizontal 140°, vertikal 130° und die Reaktionszeit 8 ms. Integrierte Stereo-Lautsprecher unterstützen den Einsatz des Geräts bei Multimedia-Anwendungen. Als Signaleingänge gibt es eine Sub-D- und eine DVI-Schnittstelle. Im Lieferumfang enthalten sind Kurzanleitung, Handbuch, Treiber-CD, Sub-D- und DVI-Kabel sowie Netz- und Audio-Kabel. Der 17-Zoll BenQ FP73E ist zum UVP von 219 EUR lieferbar.

EINE KLASSE FÜR SICH: 16X TESTSIEGER, 10X KAUF Tipp



VDR-D300
2x Kauf Tipp



VDR-D250
1x Kauf Tipp



VDR-D150
2x Testsieger
1x Kauf Tipp



NV-GS500
3x Testsieger



NV-GS300
2x Testsieger
2x Kauf Tipp



NV-GS280
2x Kauf Tipp



NV-GS180
2x Testsieger
1x Kauf Tipp



NV-GS37
2x Testsieger
1x Kauf Tipp



NV-GS27
5x Testsieger

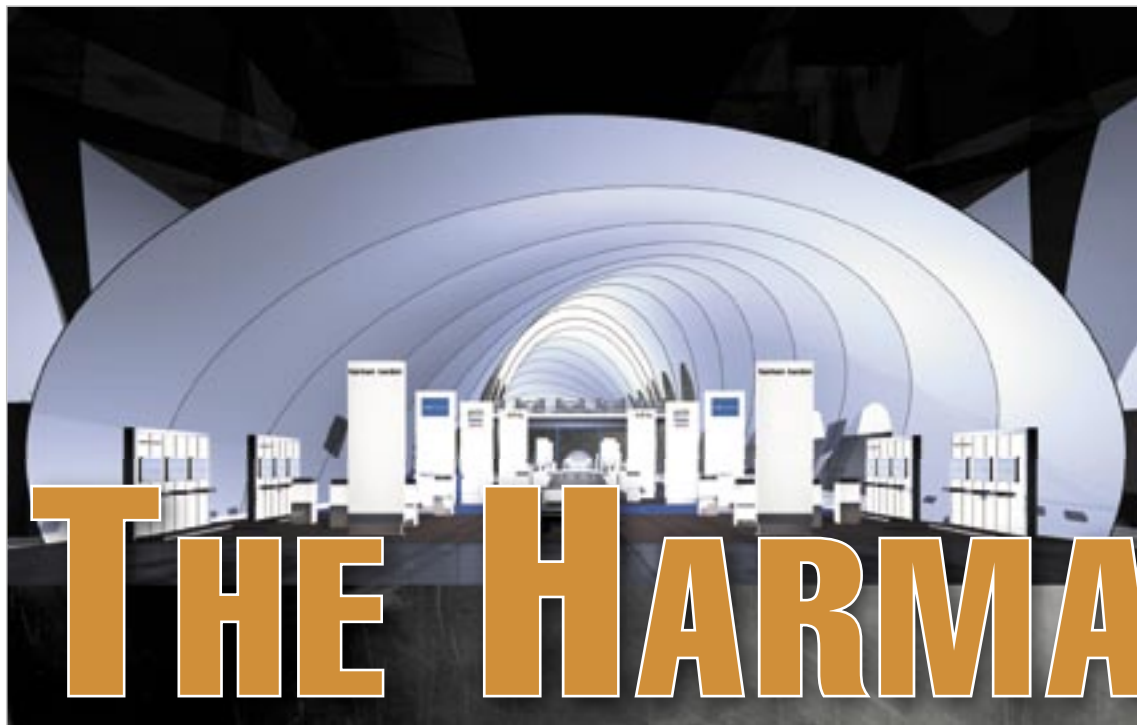
EXPERTEN PRÄMIEREN PANASONIC CAMCORDER 2006

Führende Fachzeitschriften prüften das Marktangebot an Camcordern auf Herz und Nieren und trennten die Spreu vom Weizen. Ihre Testergebnisse sind für Sie als Kunden ein hilfreicher Wegweiser – und der zeigt geradewegs in Richtung Panasonic. Alle Modelle des aktuellen Sortiments gingen als Testsieger, Kauf Tipp oder mit Bestnoten aus den Leistungsprüfungen hervor. Ganz gleich, ob man einen Camcorder mit Aufnahme auf DVD oder MiniDV-Kassette sucht: Panasonic ist immer eine ausgezeichnete Wahl.

MEHR INFORMATIONEN ZU DEN TESTERGEBNISSEN UNTER:

www.panasonic.de/ecam

Panasonic
ideas for life



Dort, wo sich auf dem Gelände der Messe Berlin zu normalen Zeiten die Halle 18 befindet, tauchen Besucherinnen und Besucher vom 1. bis 6. September in die fantastisch und futuristisch gestaltete Infotainment-Erlebniswelt der „Harman Galaxy“ ein. Der von dem Münchner Architekturbüro Wenger Wittmann entworfene Messestand konvertiert die 2005 entstandene Idee in eine neue, beeindruckende Dimension. Symbolisiert werden die Kraftfelder zwischen Harman International und seinen assoziierten Consumer Brands. Das Orbit-Leitbild wandelt sich auf der diesjährigen IFA zur dreidimensionalen Ellipsen-Struktur, die sich farbig durch den Raum windet und auf der weltgrößten Messe für Consumer Electronics „The Harman Galaxy“ erstrahlen läßt.

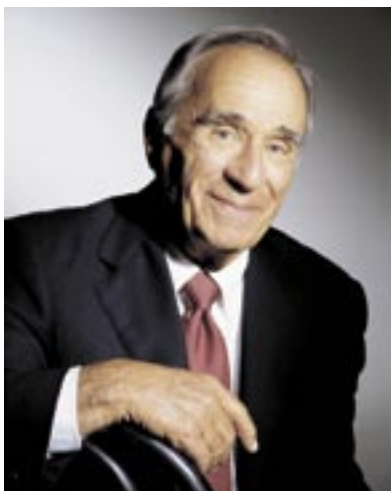
Die Marken-Welten von Harman International

Wer die Harman Galaxy betritt, findet sich in einer überwältigenden Umgebung voller Kino- und Multimedia-Impressionen, voller Premium-HiFi-Audio- und Car-Audio-Systeme und voller Hör- und Musik-Eindrücke wieder. In Halle 18 zeigen die Consumer Brands des amerikanischen Konzerns Harman International den Synergieeffekt ihrer Marken-Welten und Produkt-Neuheiten. Zu sehen sind komplett integrierte Infotainment-Systeme für das Zuhause, für das Fahrzeug, für den Arbeitsplatz, für die Freizeit- und für Sportaktivitäten. Auf 4.200 qm Ausstellungsfläche präsentieren die Unternehmen Harman Kardon, JBL, Becker, Infinity, AKG, Mark Levinson, Revel und Lexicon großes Heimkino in High Definition, neue Multimedia-Produkte, Kopfhörer in Perfektion, mobile Kommunikation, außergewöhnlich bedienungsfreundliche Technologien sowie High-End-, Car HiFi- und Navigationssysteme. Im Sommergarten vor Halle 10 werden bei Wakeboard-Boot und sommerlicher Strand-Atmosphäre erstmalig in Europa Marine Produkte von Infinity vorgestellt. JBL präsentiert drei getunte Show-Cars. Bequeme Liegestühle, Musikklänge vom DJ-Pult und das Entertainment-Programm von RTL Radio laden gestreßte IFA-Besucher zum erholsamen Chill-out am Harman-Strand ein.

Die IFA Keynote spricht Dr. Sidney Harman

Die IFA 2006 startet mit einem Highlight der Ausstellungs-Aktivitäten von Harman International: Dr. Sidney Harman, der Executive Chairman von Harman International, kommt zu einem Besuch nach Berlin und spricht am Freitag, 1. September um 15 Uhr in der Halle 7.1a die Keynote der diesjährigen IFA. Sidney Harman ist

als weltweit erster Pionier der High-Fidelity schon eine lebende Legende und als begeisterter Visionär zukünftiger Entwicklungen des digitalen Entertainments bekannt. Er entwarf und realisierte das weltweit erste Autoradio und definierte als erster den Begriff „Hi-Fi“. Zusammen mit Bernard Kardon gründete Sidney Harman 1953 in New York das Unternehmen Harman Kardon, heute eine Division der Harman Consumer Group von Harman International Industries, einem führenden Unternehmen bei der Entwicklung, Herstellung sowie dem Vertrieb von qualitativ hochwertigen Audio- und Videoprodukten, von digitalen Navigations- und Informationssystemen für Automobil-, Verbraucher- und Fachmärkte. Harman International zählt zu den 500 größten börsennotierten US-amerikanischen Unternehmen



Dr. Sidney Harman, Executive Chairman von Harman International

und hat seine Größe in den letzten fünf Jahren mehr als verdoppelt. In seiner IFA Keynote wird Dr. Harman darlegen, auf welche Weise die grundsätzlichen Prinzipien eines Unternehmens die Denkweise seiner Mitarbeiter bei der Entwicklung neuer Technologien und deren Umsetzung in Consumer-Produkte bestimmen: „Wir müssen immer darauf achten, daß die Technik uns nicht tyrannisieren kann“, erklärt Sydney Harman, „und wir sind uns darüber einig, daß die zu beant-



wortende, kritische Frage lauten muß: Dient dieses Produkt wirklich einem Bedürfnis des Konsumenten, und ist es so einfach und intuitiv zu handhaben, wie es nur möglich ist?“

Harman Kardon „Digital Lounge“ Home Cinema Systeme

Einen großen und anhaltenden Erfolg kann die Harman Kardon Digital Lounge 532 für sich verbuchen, eine Heimkino-Komplettlösung für Bild und Ton, bestehend aus allen dazugehörenden, optimal aufeinander abgestimmten Komponenten: Die Digital Lounge 532 besteht aus einem 32-Zoll HD ready LCD-Design-Display, einem 5 x 65 Watt RMS DVD-Receiver, ergänzt durch ein 5.1-Lautsprecher-System.

Harman Kardon erweitert die offensichtlich im Trend liegende Produktlinie jetzt um zwei weitere Digital Lounge Komplettsysteme mit jeweils größeren HD ready LCD-Design-Bildschirmen. Alle drei Home Cinema Systeme

wenden sich als Zielgruppe an Heimkino-Enthusiasten, die neben dem garantiert exzellenten Klang der Harman Kardon-Produkte auch die überragende Bildqualität des Displays durch eine Lieferung der Anlage aus einer Hand sicher gestellt wissen wollen.

Die Digital Lounge 540 mit 40-Zoll-Display (102 cm) ist zum UVP von 4.800,- Euro erhältlich, die Digital Lounge 546 mit 46-Zoll-Display (116 cm) zum UVP von 7.000,- Euro. Die Harman Kardon Digital Lounge 532 mit dem 32 Zoll großen Display (81 cm Bildschirmdiagonale) gibt es zum UVP von 4.000,- Euro.

3 AV-Receiver mit HDMI

Zur IFA erweitert Harman Kardon seine AV-Receiver Angebotspalette um drei neue, mit HDMI ausgestattete Modelle: Das High End Modell AVR 745 ist ein 7.2 Kanal AV-Receiver mit Faroudja DCDi und Video-Scaling unterschiedlichster Eingangssignale auf hochauflösende 720p/1080i. Mit 7 x 85 Watt RMS bei gleichzeitigem Betrieb aller Kanäle und Hochstromfähigkeit von +/- 60 Ampere steuert der AVR 745 selbst extrem leistungshungerrige Lautsprecher präzise an. Das Gerät unterstützt alle aktuellen Surround Modi wie z. B. Dolby Digital, DTS und Logic7.

Die Multiroom-Funktion umfaßt Bild und Ton. Der Receiver ist mit einer Schnittstelle für die iPod Dockingstation „The Bridge“ ausgestattet und wird mit der Universalfernbedienung TC 30 ausgeliefert. Das Schwestermodell AVR 645 verfügt ebenfalls über HDMI Ein- und Ausgänge. Die Konvertierung von analogen zu digitalen Videosignalen ermöglicht die Übertragung angeschlossener Video-Programme inklusive OSD-Signale über HDMI-Kabel zu einem TV-Gerät oder Projektor. Mit 7 x 75 Watt RMS bei gleichzeitigem Betrieb aller Kanäle und Hochstromfähigkeit von +/- 50 Ampere wird auch dieser Receiver hohen Ansprüchen gerecht. Abgerundet wird das Angebot durch den AVR 445. Mit Anschlußmög-



High End 7.2 Kanal AV-Receiver AVR 745 mit Faroudja DCDi und Video-Scaling

lichkeiten für HD-Zuspielgeräte, 7 x 65 Watt RMS bei gleichzeitigem Betrieb aller Kanäle und Hochstromfähigkeit von +/- 40 Ampere eignet sich auch dieses Modell hervorragend als Zentrale einer Heimkinoanlage der Spitzenklasse. Alle drei AV-Receiver besitzen eine USB-Schnittstelle zum Anschluß externer Datenträger und ermöglichen direktes Audio-Streaming vom PC oder einer externen Festplatte. Eine RS 232 Schnittstelle zur Steuerung der Funktionen per Computer und für Software Updates komplettiert die Ausstattung. Die UVPs der Harman Kardon AV-Receiver betragen: AVR 745: 2.499,- Euro, AVR 645: 1.399 Euro, AVR 445: 1.199 Euro.

Harman Kardon HTIB Home Theater In (a) Box

HTIB, Home Theater In (a) Box von Harman Kardon, sind Heim-



kino Sound Lösungen aus einem Guß. Mit dem HS 500 und dem HS 300 bietet Harman Kardon im unteren und mittleren Preissegment für diesen Bedarf Lösungen an. Die formschönen, mit Designpreisen ausgezeichneten Komponenten besitzen exzellente klangliche Qualitäten und werden optimal abgestimmt als „Home Theater In (a) Box“ zu leistungsfähigen Multichannel Soundsystemen kombiniert. Das HS 500 zum UVP von 1.499,- Euro besteht aus einem DVD-Receiver mit 5 x 65 Watt RMS Ausgangsleistung. Vom DVD-Player gelieferte Videosignale werden auf HD-Video-Auflösung mit 720p/1080i hochskaliert und über den HDMI-Ausgang an ein kompatibles Bildausgabegerät weitergeleitet, z. B. an einen TV-Bildschirm oder Projektor. Für



den Anschluß externer und portabler Programmquellen stehen zwei USB-Eingänge bereit. Sämtliche aktuellen Surround-Sound-Formate werden unterstützt. Komplettiert wird das HS 500 durch das beliebte HKTS 11 Lautsprecher-Set. Die gleichen klanglichen und technischen Merkmale zeichnen auch das HS 300 System zum UVP von 999,- Euro aus: Die Ausgangsleistung seines Verstärkers beträgt 5 x 35 WRMS, die als räumlicher Sound über das von Fachmedien hervorragend beurteilte Lautsprecher-Set HKTS 7 abgestrahlt werden. Mit dem 2.1 Virtual Surround-System HS 200 zum UVP von 1.199,- Euro wendet sich Harman Kardon an Kino-Liebhaber, die kein 5.1-Boxen-System in ihrer Wohnumgebung installieren können oder möchten. Der DVD-Receiver des HS 200 bietet 2 x 65 WRMS Ausgangsleistung und ist mit modernsten Technologien wie Dolby Virtual Speaker Surround, HDMI-Schnittstelle und zwei USB-Schnittstellen ausgestattet. Der integrierte DVD-Player spielt neben den üblichen Audio- und Video-Dateiformaten auch MP3 Audio-Titel, DivX-Videos und JPG-Fotos ab. Der Virtual Surround Sound wird von einem HKTS 2 Boxenset mit zwei HKTS 11 Satelliten und einem aktiven 200 Watt RMS Subwoofer abge-

strahlt. Die beiden Frontlautsprecher werden mit Bodenstands ausgeliefert. Wahlweise werden die drei Lautsprecher-Sets HKTS 11, HKTS 7 und HKTS 2 ohne Aufpreis auch in schwarzem Hochglanz-Design zu haben sein.



JBL TL260 – Remake einer Legende

Anlässlich seines 60. Geburtstags läßt der traditionelle HiFi Boxen-Hersteller JBL eine Legende neu entstehen: Mit der JBL TL260 bringt das Unternehmen in limitierter Stückzahl eine Weiterentwicklung seiner legendären L250Ti auf den Markt, eine der am höchsten gelobten Lautsprecherboxen, die JBL jemals hergestellt hat. Die neue JBL TL260 vereint das bewährte Designkonzept ihres Vorbilds mit modernsten Technologien: Die akustisch vorteilhafte Trapezform kombiniert JBL mit neuesten Entwicklungen der Wandler- und Gehäusetechnologie. Das Ergebnis sind Tonreproduktionen in außerordentlicher Klangreinheit und die beispielhaft realistische Wiedergabe großartiger Schallereignisse. Die Kombination aus exzellenter Klangqualität und elegantem Design wird mit Sicherheit nicht nur frühere Fans des JBL Trapezes dazu motivieren, bei der limitierten Auflage der JBL TL260 zuzugreifen.

JBL creature II verchromt – limitierte Ausgabe

Ein außergewöhnliches Produkt von JBL ist das anlässlich der IFA und dem 60. Geburtstag des Unternehmens in limitierter Stückzahl auf den Markt kommende Multimedia PC-Boxen-Set „creature II“ mit aufwendig



Das in limitierter Stückzahl auf den Markt kommende Multimedia PC-Boxen-Set „creature II“ mit aufwendig hartverchromter Oberfläche und aktiven Satelliten verfügt über alle Attribute eines Kultobjekts.

hartverchromter Oberfläche, das schon vor der Markt-Verfügbarkeit von Liebhabern als Kultobjekt mit steigender Preistendenz eingestuft wird. Multimedia gehört zu den Geschäftsbereichen des Harman Konzerns, die weltweit am schnellsten wachsen und mit ihrem Produkt-Design stilprägend sind. Harman Multimedia hat bereits zahlreiche legendäre Produkte hervorgebracht wie JBLs Creature, On Tour und die Harman Soundsticks. Die Soundsticks sind sogar fester Bestandteil der permanenten Sammlung des Museum of Modern Art in New York. Auf der IFA 2006 startet Harman ein eindrucksvolles Feuerwerk aus neu vorgestellten Produkten, die wegweisend bei Technik, Design und Anwendung sind und diesmal erst am 31.8. auf einer Pressekonferenz von Chefdesigner Kurt Solland, Harman Multimedia Vicepräsident Fred Faulkner und Brand Director Richard Metcalfe vorgestellt werden. Das 32 Watt starke Lautsprechersystem „creature II“ ist für die Wiedergabe von Stereo-Musik, MP3 Dateien, Film-Soundtracks und Soundeffekten für Computerspiele optimiert und wertet jeden Multimedia-Computer mit erstaunlichen Soundqualitäten auf. Mit Mini-Klinkenstecker ausgestattet, läßt sich das creature Lautsprechersystem an unterschiedlichsten Signalquellen einsetzen. Die Stummschaltung wird durch leichte Berührung aktiviert und deaktiviert, wobei das creature II System sich die letzte, zuvor eingestellte Lautstärke merkt. Für straffen Tiefbaß sorgt der mit einem 115 mm Magnum-Chassis bestückte leistungsstarke Down-Firing Subwoofer. Und die beiden mit Odyssey-Lautsprechern bestückten Satelliten veranstalten mit LEDs futuristische Illumination. Die Baß- und Höhen-Regler befinden sich auf der Front des Subwoofers. Der Geräuschspannungsabstand ist >70dB und der Frequenzbereich 45 Hz – 20 kHz.

JBL Radial: Premium-Docking-Station

Mit dem „JBL Radial“, einer High End Docking-Station mit unverwechselbarem Radial-Design, hat JBL dem iPod einen Altar geschaffen. Die ungewöhnliche, ringförmige Form erinnert zur Freude der iPod-Liebhaber fast an einen Heiligenschein und erzielt durch die konzentrische Anordnung



„JBL Radial“, eine High End Docking-Station

ihrer Lautsprecher eine nahezu kugelförmige Schallabstrahlung, die mit 60 Watt RMS starkem Sound den gesamten Raum erfüllen kann, unabhängig davon, wo das Radial mit dem iPod aufgestellt wird. Das Radial besitzt eine Schnittstelle für die Synchronisation mit iTunes, einen Audio Line In und einen S-Video Ausgang. Die mitgelieferte Fernbedienung steuert nicht nur das Radial, sondern ist auch zur vollständigen Bedienung des iPods geeignet, mit allen Funktionen, allen Menüs und Submenüs, was keines der Mitbewerber-Produkte bieten kann. Der JBL Radial ist zum UVP von 299,- Euro in Weiß oder Schwarz erhältlich.

AKG: Kompletter Relaunch und 60 Jahre Jubiläum

Die seit 1997 zum Harman Konzern gehörende Marke „AKG Consumer“ wird ab der IFA einen vollständigen Relaunch erfah-

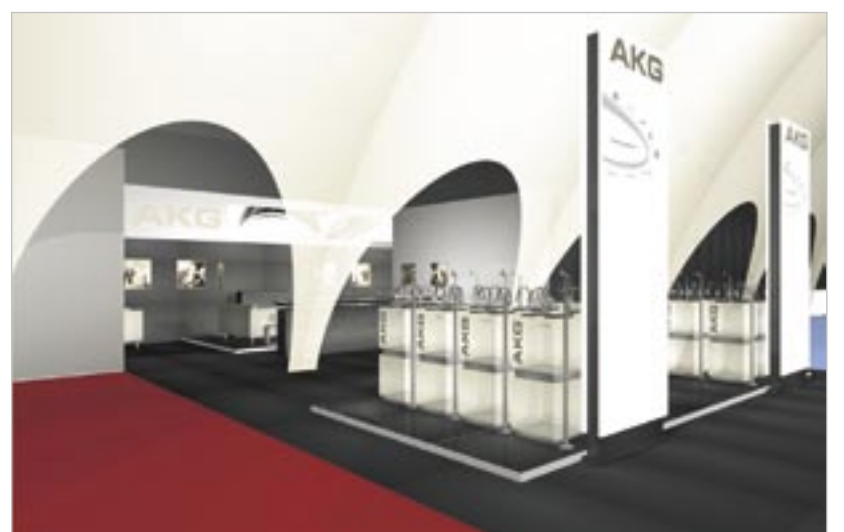
ren: Kommunikation, Verpackung und das gesamte Produktprogramm werden deutlich verändert und ausgeweitet. Der Brand „AKG“ wird aufgefrischt und dem Anspruch einer modernen Premiummarke entsprechend umgestaltet.

AKG Consumer Produkte wird man zukünftig beim ersten Blick an ihrer ergonomischen Formgebung und dem hervorragenden Design erkennen können. Die mediale Präsenz wird spürbar verstärkt werden. Zur IFA 2006



AKG K 324p: Erster High End in Ear Ohrhörer von AKG, Ear- und Eyecatcher in Chrom oder Hochweiß

werden mit dem Kopfhörer K 530 und den Ohrhörern K 324p die ersten Produkte des erneuerten Brands vorgestellt. Der K 324p ist der erste High End in Ear Ohrhörer von AKG und sowohl in der Hochweiß- wie der Chrom-Version ein Ear- und Eyecatcher. Die hohe Linearität und Dynamik des K 324p belegen AKGs hohe Kompetenz im professionellen Monitoring-Bereich. Zum UVP von 50,- Euro erhält der Anwender einen Ohrhörer mit High End Qualitäten und einem perfektionierten, aufsehenerregenden Design. *evo*



Neue Plasma- und LCD-TVs zur IFA

LG setzt auf Festplatte

LG stellt auf der IFA eine neue Range an LCD-HDTV Geräten mit integrierten Festplatten-Recordern vor. Ebenfalls neu im TV-Sortiment ist ein Plasma-Fernseher mit einer Bild diagonale von 50 Zoll.

Bereits im Sommer dieses Jahres hatte LG mit dem Plasma-TV 42PC1RR einen neuen Trend gesetzt – das Modell wurde unter anderen mit dem EISA-Award in der Kategorie Plasma-TV zu „Europas bestem Plasma-Fernseher des Jahres 2006“ gekürt. Jetzt setzt LG die Erfolgsgeschichte fort und bringt mit dem 50PC1RR sein erstes „HD ready“ 50-Zoll-Modell mit 80 GB-Festplatte und „Real Time Shift“-Funktion auf den deutschen Markt. Dank der LG Technologie „Clear Filter“ ist der große Bildschirm besonders flach und leicht. Zudem bietet das Gerät einen enormen Kontrast von 10.000:1. Für gestochen scharfe Bilder sorgt



LGs Plasma-Neuheit mit 50" Bild diagonale, Produktbezeichnung 50PC1RR, ist mit einer 80-GB-Festplatte ausgestattet und arbeitet mit einer ausgefeilten Bildverbesserungstechnologie.

die nächste Generation des LG Bildverbesserungssystems New XD-Engine 2006 zusammen mit der DCDi-Technologie von Faroudja. Der Plasma-Fernseher ermöglicht alle Multimedia-Anwendungen – HDMI inklusive – und ist mit einem Twin-Tuner ausgestattet, der die gleichzeitige Anzeige von zwei Bildfenstern (Bild-in-Bild-Funktion) ermöglicht.

Die 50-Zoll-Neuheit 50PC1RR

kommt im September in den Handel. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 3.499 Euro.

Neue LCD-TV Range

Die neue LC2RR-Reihe von LG bietet Bildschirmdiagonalen von 32, 37 und 42 Zoll. Alle Geräte sind mit einem Festplattenrecorder mit 80 GB Speicherkapazität ausgestattet. Die neuen Geräte bieten brillante LCD-Bilder. Für bessere Schwarzwerte – ein

häufiger Schwachpunkt in der LCD-Technologie – sorgt die sogenannte „Pure Black Level“-Technologie. Verbessert hat LG auch die Bildbrillanz bei extremer Seitenansicht. Während Super-IPS für einen 178-Grad-Blick sorgt, garantiert „True Wide View“ dabei satte Farben und eine kontrastreiche Darstellung.

Umfangreiche digitale und analoge Anschlüsse, hohe Werte in Kontrast (1.600:1) und Helligkeit (500 cd/qm) und volltönender Surround-Sound ergänzen die

Ausstattung der LC2RR-Modelle. Natürlich sind die LCD-TVs für die hochauflösende Zukunft gerüstet und bieten mit zwei HDMI-Anschlüssen beste Anbindungen für die Multimedia-Welt. Im schlicht-eleganten Bicolor-Design sind die neuen Geräte der LC2RR-Reihe auch ganz schön anzusehen.

Die LCD-TVs kommen im Oktober auf den Markt. Das 42-Zoll-Modell soll ca. 2.499 Euro und das 37-Zoll-Modell 2.199 Euro kosten. miz

Eine überragende Bildqualität bieten auch die neuen LCD-Fernseher der LC2RR-Reihe von LG. Sie kommen mit Bildschirmdiagonalen von 32, 37 und 42 Zoll auf den Markt und sind ebenfalls alle mit 80 GB-Festplattenrecordern ausgestattet.



PoS Aktuell

Shure und Gravis gemeinsam auf der IFA

Im Rahmen der IFA treten Shure Personal Audio und Gravis gemeinsam auf. Shure, weltweit führender Hersteller von Mikrofonen und Audiotechnik, präsentiert seine preisgekrönten E Series Sound Isolation Ohrhörer mit den von Gravis ausgestellten Apple iPods. Gravis führt eines der breitesten Sortimente an iPod- und Apple



Zubehör im deutschsprachigen Markt und präsentiert seine Produkte in Halle 2.1 in der „Fritz Digital Music Lounge“. Die Partnerschaft soll Fachbesuchern und Konsumenten ein Höchstmaß an audiophilem Sounderlebnis bieten. Gleichmaßen wird Shure Personal Audio die IFA nutzen, um sein neues Flagship-Produkt – den Shure E500PTH Sound Isolation Ohrhörer – sowie die weiteren Modelle der E Series der breiten Öffentlichkeit vorzustellen. „Wir freuen uns sehr, daß wir die Möglichkeit haben, unsere E Series Sound Isolation Ohrhörer auf dem Stand von Gravis zu präsentieren“, so Kai Lehnert, Director Shure Personal Audio EMEA. „Wir werden

hier exakt auf unsere Zielgruppe treffen, nämlich die audiophilen Musikliebhaber genauso wie die Gadget Fans und begeisterten iPod-Hörer. Diesen Rahmen werden wir nutzen, um den neuen E500PTH dem Consumer-Markt vorzustellen. Mit den Drei-Wege High-Definition Lautsprechern setzt der E500PTH einen neuen Standard in der Spitzenklasse.“ Jörg Mugke, Geschäftsführer von Gravis Deutschland, begründete die Messe-Partnerschaft mit Shure folgendermaßen: „Die Shure Sound Isolation Ohrhörer bei uns auf dem Stand vorzuführen, ist ideal, weil sie optimal mit den von uns vertriebenen Apple iPods harmonieren. Auf diese Weise können wir eine perfekte Kombination von Musik, Lifestyle und Technologie erlebbar machen.“

ElectronicPartner-Gruppe meldet Spitzenresultat

Die ElectronicPartner-Verbundgruppe hat für das erste Halbjahr 2006 ein Spitzenresultat gemeldet: Den Angaben zufolge betrug der Zentralumsatz zum 30. Juni insgesamt 830,9 Millionen Euro. Das entspricht einer Steigerung von 12,9 Prozent im Vergleich zum Umsatz von 736,2 Millionen Euro, berechnet auf den gleichen Zeitraum im Vorjahr. Davon verteilen sich 576 Millionen Euro Umsatz auf das Deutschland-Geschäft. Damit erreicht das Unternehmen eine Rekordsteigerung von 14,1 Prozent.

Auch im Ausland durchbrach ElectronicPartner mit 254,9 Millionen Euro Umsatz die zweistellige Schallmauer und verbessert das Umsatzresultat um 10,3 Prozent. In den gesamten Zentralumsatz fließen die Ergebnisse der Landesgesellschaften in Deutschland, Belgien, Italien, Niederlande, Österreich, Polen, Schweiz, Türkei und Ungarn ein.

Für den hochgerechneten Mitgliederumsatz (Außenumsatz zu Endverbraucherpreisen inklusive Mehrwertsteuer) verzeichnet ElectronicPartner ebenfalls Spitzenwerte: Insgesamt betrug der Außenumsatz zum 30. Juni in Europa 1,77 Milliarden Euro. Im Vergleich dazu betrug der Vorjahreswert 1,56 Milliarden Euro. Daraus ergibt sich eine Steigerung von insgesamt 12,9 Prozent.

Bei den Mitgliederzahlen verbucht ElectronicPartner einen leichten Anstieg von knapp einem Prozent.

Besonders signifikant ist das Umsatzwachstum der EP-Fachhändler: Auf gleicher Fläche konnten sie ihr Ergebnis in Deutschland um durchschnittlich 10,7 Prozent verbessern. „Das ist nach unserer Kenntnis der mit Abstand beste Wert der Branche“, freute sich Oliver Haubrich, Vorsitzender der Geschäftsführung von ElectronicPartner. „Für uns ist die Umsatzsteigerung auf gleicher Fläche eine der wichtigsten Kennzahlen zur Messung der Attraktivität und Leistungsfähigkeit unserer Mitgliedsunternehmen. ElectronicPartner hat sich zum Ziel gesetzt, selbständige Unternehmer in unserem wettbewerbsstarken Markt besonders erfolgreich zu machen. Mit dieser Zahl beweisen wir, daß uns dies gelingt. Unser Schlüssel zum Erfolg liegt darin, daß wir den Trend der Kunden wieder hin zur Markenqualität und Beratung frühzeitig erkannt und uns mit unserem Angebot darauf eingestellt haben. Diesen Trend beobachten wir in vielen Ländern Europas.“

Als besondere Wachstumstreiber nannte Haubrich die Produkte aus den Bereichen LCD- und Plasma-TV, mobile Navigation, Elektro-Kleingeräte, Digital Imaging und IT. „Uns freut es sehr, daß auch die Deutschen eine neue Leichtigkeit und Lust am Konsum der vielen tollen Produktinno-

tionen für sich entdeckt haben. Wir von ElectronicPartner verstehen uns als idealer Partner in Sachen Beratung für mehr Innovation und Markenwert sowie Service, Design und Lifestyle für den anspruchsvollen Kunden“, faßte Haubrich das erste Halbjahr seines Unternehmens zusammen.

Nokia stellt zum zweiten Mal auf der photokina aus

Auf einem im Vergleich zur photokina 2004 deutlich vergrößerten Stand wird sich Nokia auf der photokina 2006 präsentieren: Rund 800 Quadratmeter stehen dem Unternehmen in Halle 4.2 (Stand C10) zur Verfügung, um den Messebesuchern nicht nur Geräte, sondern auch Anwendungen in Theorie und Praxis vorzuführen. „Wir haben auf der photokina 2004 unser Debüt in der Fotobranche gefeiert und wollen mit unserem erneuten Engagement auf der Leitmesse der Imagingbranche unser Ziel unterstreichen, auch für den Fotohandel ein ernstzunehmender Partner in Sachen Konvergenz zu sein“, sagte Thomas Knops, Director Multimedia Marketing Europe EMEA bei Nokia, im Gespräch mit PoS-MAIL. „In den vergangenen 22 Monaten haben wir neue Geschäftsideen und spezielle Konzepte für die Fotobranche entwickelt. Diese wollen wir unseren Gästen aus Fotohandel, Labor und Industrie präsentieren und gemeinsam mit ihnen die weitere Zusammenarbeit in Angriff nehmen.“ Alle Interessenten, die sich über die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit informieren wollen, seien daher herzlich eingeladen.

In diesem Jahr gibt es viel mehr Produkte zu zeigen als 2004. Ständen seinerzeit mit dem Nokia 6670, dem Nokia 7610 und dem Nokia 6630 drei Mobiltelefone mit

Megapixelkamera im Mittelpunkt, so hält Nokia in diesem Herbst ein deutlich breiteres Portfolio bereit. Herzstücke bilden dabei die Multimedia Computer Nokia N90, N73 und N93, die beispielsweise mit einem Carl Zeiss-Objektiv ausgestattet sind. „Wir werden uns aber nicht darauf beschränken, diese Geräte nur in Vitrinenn mit technischen Daten zu zeigen, sondern den Besuchern sowohl die hohe Bildqualität als auch deren einfache Handhabung mit den unterschiedlichsten Aktionen vor Ort veranschaulichen“, sagte Knops.

So können sich die photokina-Besucher beispielsweise über die Möglichkeiten der Geräte selbst informieren, sie erfahren aber auch, was nach der Aufnahme mit stehenden oder laufenden Bildern geschehen kann, wie sie beispielsweise zu geprinteten Fotos oder spannenden Videos werden, wie sie auf einen Drucker oder einen Fernseh Bildschirm gelangen. Und selbst das Design des Nokia Standes soll laut Knops eine überzeugende Produktpräsentation werden: „Alle Bilder, Grafiken, Banner, Filme etc., die auf unserem Stand zu sehen sein werden, sind mit einem Multimedia-Computer der Nokia Nseries entstanden.“

Als weitere Attraktion wird am Nokia Stand der Werbe- und Industriefotograf Norbert Hüttermann professionelle Porträtaufnahmen der Besucher mit einem Nokia Nseries Gerät inszenieren, die dann vor Ort geprintet werden. Außerdem wird ein professioneller Film-Kran, mit einem Nokia N93 bestückt, über den Stand kreisen. Die von diesem Gerät aufgenommenen Videobilder werden über die Funktion TV out direkt auf Monitoren auf dem Stand vorgeführt.

Everio G Series

HARD DISK CAMCORDER

3CCD+5MEGAPIXEL
STILL PICTURE RECORDING



medialis.de

Für Film. Für Foto. Für den Moment.

JVC Everio GZ-MG 505 – Hard Disk Camcorder **3CCD+5MEGAPIXEL**

**Leistungsfähige Technik. Erstklassige Aufnahmequalität.
Mehr Freiraum für kreative Ideen.**

Sei Dein eigener Regisseur. Halte Deine wertvollen Momente fest – mit exzellenten 3CCD Videoaufnahmen in DVD-Qualität oder brillanten Fotos mit atemberaubenden 5 Megapixeln. Die integrierte 30 GB-Festplatte mit bis zu 37 Stunden Aufnahmedauer sorgt für einfachste Bedienung und direkte Anwahl aller gespeicherten Szenen.

Mit dem Mikrofoneingang und Zubehörschuh sowie der integrierten USB 2.0 Schnittstelle verbindet sich der neue Everio hervorragend mit allen Bereichen Deiner Welt. Es war noch nie so leicht, sein Glück mit anderen zu teilen.

Direkte DVD-Erstellung ohne PC

Mit der optionalen Everio DVD SHARE STATION CU-VD10 können die Filme ganz einfach auf DVD überspielt werden. Stelle Deine besten Szenen am Camcorder übersichtlich zusammen und los geht's: Fertig ist Deine persönliche DVD ganz ohne PC!



**Kein Band. Keine Disk.
Die Festplatte macht's möglich.**

Erlebe die Zukunft | www.jvc.de

JVC
The Perfect Experience

Thomson AVA setzt auf digitale Konvergenz

Die Marke für Audio, Video und Zubehör

Thomson AVA (Audio Video Accessoires) will die digitale Konvergenz einem breiten Publikum erschließen. Mit einer Dachmarke und drei Subbrands bietet Thomson AVA für jede Zielgruppe speziell zugeschnittene Lösungen im Audio-, Video- und Zubehör-Segment. Ziel des Unternehmens ist, den Platz der Marke Thomson zu konsolidieren und sich als eine der ersten drei europäischen Marken im AVA-Bereich im Markt zu positionieren.

„Thomson AVA legt großen Wert auf die Wünsche der Endverbraucher und ist so in der Lage, Produkte mit einem realen Mehrwert für den Anwender zu entwickeln“, so Gerd Weiner, Geschäftsführer Thomson Sales Germany & Austria GmbH.

Lyra, Intuiva und Scenium

Die Thomson AVA Subbrands Lyra, Intuiva und Scenium rich-



Die Thomson Lyra Produktreihe umfaßt ein vielseitiges Angebot an MP3-Playern und richtet sich insbesondere an eine junge Zielgruppe.

ten sich an verschiedene Zielgruppen. Thomson Lyra Produkte sollen insbesondere junge Verbraucher ansprechen, die mit den digitalen Technologien aufgewachsen sind und für die Bewegungsfreiheit und Unterhaltungselektronik zusammengehören. MP3-Player in den unterschiedlichsten Farben, Versionen sowie in verschiedenen Ausführungen und mit unterschiedlichen Speicherkapazitäten zählen zum Thomson Lyra-Sortiment.



Die neuen Microanlagen von Thomson sind mit Wireless-Schnittstellen ausgestattet. Die Musiksammlung vom PC läßt sich somit problemlos auf den Anlagen abspielen.



„Thomson AVA legt großen Wert auf die Wünsche der Endverbraucher und ist somit in der Lage, Produkte mit einem realen Mehrwert für den Anwender zu entwickeln“, so Gerd Weiner, Geschäftsführer Thomson Sales Germany & Austria GmbH.

Die Thomson Intuiva ist eine Produktreihe für kreative Menschen, die ihre digitalen Inhalte auf allen verfügbaren Plattformen nutzen und bearbeiten möchten. Zu dem Intuiva Sortiment zählen beispielsweise Mikro-Anlagen. Thomson AVA zählt zu den ersten Herstellern, dessen Mikroanlagen die Umwandlung von Audio-CDs in MP3 ermöglichten. Die neuen Modelle CS 806 und CS 706 sind mit Wireless-Schnittstellen ausgestattet. Somit läßt sich die Musiksammlung des PCs problemlos auf der Anlage abspielen. Ein weiteres Highlight aus dem Thomson Intuiva Sortiment ist eine GPS-Lösung, die sich an den Bedürfnissen des Endverbrauchers orientiert, indem sie ein ansprechendes Design und besten Bedienkomfort miteinander kombiniert. Das Navigationsgerät GPS 420 ist mit einem 4,2" Touchscreen-Display im 16:9-Format ausgestattet. Es arbeitet mit einem SiRFstar III-Prozessor der jüngsten Generation und hält eine Reihe nützlicher Zusatzdienste wie beispielsweise Verkehrsdurchsagen via TMC (Traffic Message Channel) und Radarkarten bereit.

Die Produkte des Sortiments Thomson Scenium zeichnen sich durch leistungsstarke Technik und klares Design aus. Die Scenium-Produktfamilie ist außerdem für anspruchsvolle Kunden konzipiert, die auf Qualität und besten Bedienkomfort Wert legen. Zu

diesem Subbrand gehört auch der neue portable Multimedia-Player X3030E. Das kompakte Gerät ist mit einem 3,6"-Display und einer 30-GB-Festplatte ausgestattet und ermöglicht die Wiedergabe von 99 Stunden Video, 15.000 Bildern oder 450 Stunden Musik. Dank SD-Card-Leser können auch Daten vom PC oder der Digitalkamera auf den Player übertragen werden. Ein besonderes Highlight: Auch Aufnahmen vom Fernseher sind auf dem X3030E möglich – natürlich in digitaler Qualität.

In der Scenium-Serie bietet Thomson AVA außerdem hochwertige DVD-Recorder an. Flaggschiff im neuen Produktportfolio ist der DTH8677E. Dank integrierter Festplatte mit einer Speicherkapazität von 320 GB sind Videoaufzeichnungen von bis zu 880 Stunden möglich. Aufgezeichnet



Das Modell DTH8677E zählt zu den Flaggschiffen der hochwertigen Thomson Scenium Produktreihe.

werden kann in den Formaten DVD-R/RW und DVD+R/RW. Eine weitere Besonderheit ist der integrierte DVB-T-Tuner, ein zusätzlicher Receiver für den digitalen terrestrischen Empfang wird somit überflüssig.



Thomsons Portable-Audio-Schmuckstück heißt Black Diamond und ist mit einer 8 GB Micro HDD ausgestattet.

Der Portable Audio-Player „Black Diamond“ zählt ebenfalls zu Thomsons exklusiver Scenium-Reihe. Der Player besticht durch ein gelungenes Design und moderne Technologie. Das Gerät ist mit einer 8 GB Micro HDD, Touch Pad und hochwertigen Kopfhörern ausgestattet.

Zubehör

Zubehör-Produkte stellen wichtige Voraussetzungen für die optimale Nutzung von Geräten im



Das neue Navigationsgerät GPS 420 ist mit einem 4,2" Touchscreen-Display im 16:9-Format ausgestattet. Thomson AVA wird mit seinen Neuheiten aus den Bereichen Audio, Video und Zubehör auch auf der IFA vertreten sein.

Segment der Consumer Electronics und dienen zur unverzichtbaren Ergänzung aller Produkte. Somit spielt Zubehör bei Thomson AVA ebenfalls eine wesentliche Rolle und ist wichtiger Bestandteil der Konvergenz-Strategie. Ob unterwegs oder zu Hause, ob kabelgebunden oder per Funk: Thomson AVA hält eine breite Palette an Kopfhörern bereit. In einer vernetzten digitalen Umgebung eignen sich die Thomson Kopfhörer für alle stationären oder portablen Nutzungen – für bestes Audiovergnügen oder einfach nur zum Telefonieren.

Thomson bietet außerdem ein umfangreiches Angebot an Universalfernbedienungen. Dabei zählen 17 individuelle Produkte zu der benutzerdefinierten Strategie von Thomson AVA. Zu den unterschiedlichen Zielgruppen zählen sogenannte „Easy User“, die auf der Suche nach verbesserter Ergonomie sind und die Geräte mit einfacher Funktion und großen Bedientasten bevorzugen, Jugendliche, für die das Design eine besondere Rolle spielt, Familiennutzer, die eine robuste und auf ihre Anlage abgestimmte Fernbedienung benötigen, sowie Home Cineasten, die Wert auf innovative Funktionen und Design legen.

Ein weiterer Bereich in Thomsons Zubehör-Produktportfolio sind Multimedia-Sender. Die Daten zwischen Bildschirm und Audio- oder Videoquelle (DVD-Player, Decoder) werden per Funk übertragen, kein Kabel stört mehr das Auge. Die kompakten und form-schönen Produkte von Thomson AVA besitzen dank der eigenen Wireless-Technik eine ausgezeichnete Performance.

Thomson AVA verfügt über eine langjährige Erfahrung im Bereich Verbindungslösungen mit einem kompletten Kabelprogramm für TV, Audio, Video, PC/IT, digitale Endgeräte APN und Telefonie. Im Zeitalter der digitalen Konvergenz ist die Verbindungsmöglichkeit der verschiedenen Produkte untereinander sehr wichtig. Die Entscheidung für Kabel oder drahtlose Verbindungen ist von der Konfiguration des Home-Netzwerks abhängig.

Die Lösungen müssen eine optimale Übertragung und Wiedergabe der Inhalte gewährleisten und vor allem einfach zu installieren sein. Thomson bietet sowohl für Einsteiger als auch für erfahrene Anwender die passenden Lösungen.

Thomson Link

Im Herbst dieses Jahres wird Thomson AVA mit Thomson Link eine neuartige Service-Plattform im Internet anbieten. Dank einer transparenten Struktur vereinen die Produkte von Thomson AVA alle Technologien der Unterhaltungselektronik, Computertechnik und Telekommunikation. Thomson Link stellt dem Konsumenten Informationen für alle angebotenen Produkte zur Verfügung. Ein Beratungs-Service hilft bei der Auswahl der geeigneten Verbindungen für das Home-Netzwerk. Eine Reihe weiterer Rubriken für Endkunden, Händler und Journalisten bietet zudem eine Vielzahl an Infos.

„Thomson AVA will mit Thomson Link die digitale Konvergenz einem breiten Publikum zugänglich machen, indem die Inhalte sehr benutzerfreundlich gestaltet werden“, so Gerd Weiner. *miz*

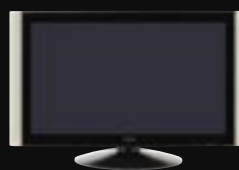
Japans grösstes Geheimnis.



Nicht viele wissen es, aber in den letzten 5 Jahren wurden in Japan mehr Plasmafernseher von Hitachi verkauft als von jeder anderen Marke. Tatsache ist auch, dass man in Japan – mit der HDTV Erfahrung von 15 Jahren – viel vom Fernsehen versteht. Hitachis 9000er Serie von hochauflösenden LCD- und Plasma-TV mit der neuesten Picture-Master-Technologie erzeugt satte Farben, scharfe Bilder und eine Auflösung von z.B. 1080 Zeilen auf dem 42"-Bildschirm. Die 9000er-Serie von Hitachi steht für bestes japanisches Design. Wir glauben, es ist an der Zeit, Sie in dieses Geheimnis einzuweihen.



HD
ready



www.hitachidigitalmedia.com/de16

Das "HD ready"-Logo ist ein Markenzeichen von EICTA.
"Sakura-zu", Malerei auf Leinwand von Hasegawa Kyuzo, ist nationales Kulturgut.
Ausgestellt im Chishaku-In-Tempel in Kyoto.

HITACHI
Inspire the Next

Packard Bell Compasseo 610NE: Navigationssystem und Entertainer



Die Bedienungseingaben erfolgen unkompliziert auf dem 3,5 Zoll großen Touchscreen-Display. Der hervorragende Farbkontrast der Darstellung und die logisch aufgebaute Menüstruktur erleichtern die sichere und intuitive Handhabung.

Nach der Zieleingabe und dem Einfügen eventueller Zwischenstopps kann man

sofort auf die Reise gehen. Die geringen Abmessungen von 94 x 73,5 x 18 mm und das Gewicht von nur 166 g machen den Compasseo 610NE nicht nur für den Einsatz in Kraftfahrzeugen, sondern auch als Navigationsgerät für Fußgänger bestens geeignet. Integrierte Entertainment-Funktionen lassen auch bei längeren Reisen selten Langeweile aufkommen. Der Compasseo spielt MP3-Audiotitel ab und gibt gespeicherte Fotodateien auf seinem Display wieder.

Ausgeliefert wird das Gerät mit einer 1 GB fassenden Speicherkarte und vorinstallierten Navteq-Karten von Deutschland, Großbritannien,

Frankreich, den Benelux und skandinavischen Ländern. Karteninformationen für alle weiteren europäischen Länder sind auf einer zum Lieferumfang gehörenden DVD gespeichert und lassen sich bei Bedarf nachinstallieren. Für die Verbindung mit einem Computer zum Laden der Daten ist ein USB-Kabel im Lieferumfang enthalten. Auch eine Kfz-Halterung und ein Ladekabel werden mitgeliefert.

Software und Karten

Als gewichtige Argumente für den Compasseo 610NE sprechen neben seiner technischen Konzeption die eingesetzte Navigations-Software und das zur Verfügung stehende Kartenmaterial: „Wir machen auch im Consumer-Bereich keine Qualitätskompromisse bei hochwertiger, mobiler Navigation. Deshalb haben sich die Verantwortlichen von Packard Bell beim Modell Compasseo 610NE für die Zusammenarbeit mit dem Branchenprimus Navteq und mit Destinator Technologies entschieden“, betont Augustin Becquet, Produktmanager Packard Bell. „Navteqs Kartenqualität bietet dem Anwender beim

Compassse 610NE die Garantie, präzise ans Ziel geführt zu werden. Navigationskarten des weltweit führenden Anbieters finden sich in den meisten Fahrzeugnavigationsystemen Nordamerikas und Europas. Auf diese Weise profitieren Packard Bell-Kunden im Preissegment von 300,- Euro von der gleichen hohen Kartenqualität, wie sie auch in mehreren tausend Euro teuren integrierten Geräten genutzt wird.“ Beim Compasseo 610NE lassen sich die Eigenschaften der Navigation am zutreffendsten durch die Begriffe „schnell und einfach“ beschreiben. Maßgeblich verantwortlich dafür ist die von Packard Bell ausgewählte Destinator-Software. Als mehrfach ausgezeichnete Hersteller von Navigationssoftware ist Destinator Technologies dafür prädestiniert, privaten und gewerblichen Kunden maßgeschneiderte Software mit besten Handling-Eigenschaften anzubieten.

Daten, Verfügbarkeit und Preis

Der 610NE verfügt über ein 3,5" High-Contrast Farbdisplay mit 320 x 240 Bildpunkten und Touch-

screen-Bedienung zur Darstellung von 2D- und 3D-Karten. Zum Einsatz kommt das GPS Modul SiRF StarIII LP mit CPU Samsung 2410, 266MHz und 64 MB SDRAM. Der 12-Kanal-Satellitenreceiver gewährleistet 10 Meter GPS Genauigkeit. Der Li-ion Akku mit 1.100 mAh reicht für 4 Stunden Laufzeit. Verfügbar sind ein USB Anschluß V1.1, SD/MMC Slot, Ext. GPS Antennenanschluß, Kopfhöreranschluß und ein 1 W Lautsprecher. Zum Lieferumfang gehören 1 GB MMC Speicherkarte mit Karten für D, GB, F, Benelux und Skandinavien, Autohalter, Ladekabel fürs Auto, USB Kabel und DVD mit Europakarten und Übertragungssoftware. Die Funktionen umfassen 2D-, 3D-Karten Ansicht, Nachtansicht, Routenführung mit Sprachausgabe, Durchschnitts- und maximale Geschwindigkeit, Entfernungsinformationen, erwartete Ankunftszeit, dynamische Routenänderung, Favoriten-Zielführung, letzte Ziele und Fußgängermodus, MP3-Player und Photoviewer. Der Packard Bell Compasseo 610NE soll ab der KW 35 (4. September) zum UVP von 299,- Euro lieferbar sein. *evo*

Weltweit erstes Notebook mit Skype-Ruftaste

Als Resultat der Zusammenarbeit zwischen Packard Bell und Skype, dem Unternehmen für globale Internettelefonie, bringt Packard Bell mit dem EasyNote Skype Edition das weltweit erste Notebook mit dedizierter Skype-Ruftaste auf den Markt. Am oberen Rand des 14-Zoll-Widescreen-Displays, direkt neben der integrierten Webcam positioniert, ist die Skype-Taste sofort erreichbar, um einen gerade eingehenden Anruf anzunehmen oder um selbst die Skype-Software aufzurufen und einen Anruf zu tätigen.

Die Ruftaste beschleunigt den Zugriff auf die Telefoniefunktion des Notebooks und macht die Software für den Anwender noch einfacher bedienbar. Ein Skype-Gespräch ist so einfach wie ein herkömmliches Telefonat und bietet zusätzlich die Option einer

parallelen Videoübertragung des Gesprächs, eine Messenger-Funktion und die Möglichkeit, Konferenz-Gespräche mit mehreren Gesprächsteilnehmern zu führen. Die strategische Partnerschaft zwischen Packard Bell und Skype begann vor zwei Jahren: Packard Bell war einer der ersten Computerhersteller, der Internet-Telefonie-Software von Skype auf seinen PCs vorinstallierte. Das erwies sich für Skype als wichtiger und entscheidender Schritt, denn nun wurde eine riesige Kundenzahl erreicht und die Software breit gestreut. Die Markteinführung des ersten Skype Edition Notebooks kommentiert Aymar de-Lencquesaing, CEO Packard Bell:

„Wir möchten Produkte entwickeln, die durch technische Innovationen und spezielle Design-Merkmale für jeden Anwender sehr einfach zu bedienen sind und die Spaß machen. Diese Vorstellung teilen wir mit Skype. Unser EasyNote Skype Edition ist ein Notebook, das einen sehr wichtigen Baustein in der derzeitigen und der weiteren Zusammenarbeit von Packard Bell mit Skype darstellt. Wir freuen uns, diesen zukünftigen Notebook-Bestseller unseren Kunden anbieten zu können.“

Und Niklas Zennström, CEO und Gründer von Skype, ergänzt: „Packard Bells innovatives Design wird es Skype-Nutzern künftig noch einfacher machen, weltweit Gespräche zu führen und mit Freunden und der Familie in Kontakt zu bleiben; wo auch immer auf der Welt sich die Gesprächspartner befinden. Packard Bell ist eine starke Marke und ein wertvoller strategischer Partner, der dazu beigetra-



Das Packard Bell EasyNote Skype Edition ist das weltweit erste Notebook mit Skype-Ruftaste für Internet-Telefonie.

gen hat, daß Skype in Europa so stark gewachsen ist.“

EasyNote Skype Edition

Das kompakte EasyNote Skype Edition Notebook ist mit einem 14-Zoll-Display mit Diamond View Technologie im Widescreen-Format, hochqualitativer Webcam und einem Skype Button für Internet-Telefonie ausgestattet. Als CPUs kommen Mobile Intel Core Duo Prozessoren bis T2700 und Intel Centrino Technologie mit Chipset Intel 945GM zum Einsatz. 54 Mbit WLAN (GOLAN) und optionale Bluetooth Class 2 v1.2 Funktionalität machen das EasyNote Skype Edition zur leistungsstarken Kommunikations-Maschine. Die Hauptspeichergröße beträgt 512 MB bis optional 2.048 MB, die Festplattengröße 40 GB bis optional 160 GB. Ein Optical Disk Drive für DVD +/- RW + R9 ist integriert. Für Connectivity sorgen IEEE 1394 Schnittstelle, Express Card Type 54

Packard Bell „Skype Edition“

Steckplatz, USB 2.0 4, 4-in-1 Card Reader (SD/MMC/MS/MS Pro), 56K/V92 Modem, LAN 10/100, TV out, VGA Monitor out und optional ein externer TV Tuner.

Zur Verfügung stehen ein Kopfhörer-Ausgang, Mikrofon-Eingang, Audio Line In, integrierte Stereo-Lautsprecher und eingebautes Mikrofon. Die optionale Fernbedienung kommuniziert über die vorhandene Infrarot-Schnittstelle. Eine 6-Zellen-Li-Ion-Batterie ermöglicht 3 Stunden netzunabhängige Laufzeit, im Eco-Mode bis vier Stunden. Die vorinstallierte Software-Ausstattung besteht unter anderem aus: Windows XP Home Edition, Outlook Express 6.0, Internet Explorer 6.0, Microsoft Works 8.0 + Office Try & Buy, RecordNow 7, Power Cinema (mit Power DVD), My DVD LE, Norton Internet Security FE 2005, Master CD Creator.

Das EasyNote Skype Edition von Packard Bell ist zum UVP von 999,- Euro lieferbar. *evo*



EasyNote Skype Edition mit 14-Zoll-Widescreen-Display, Webcam und Skype Button für Internet-Telefonie.

Unwiderstehlich verführerisch.

Die neue EXILIM Card EX-S770.

/ extrahelles 7,1 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay / 7,2 Megapixel / 3fach optischer Zoom / Daten Speicher-Funktion / Anti Shake DSP* / MPEG4-Movie** (auch im Format 16:9) / Filmstabilisierungsfunktion* / Super Life Battery



7.2
Mega
pixel

wide+bright
7.1 cm
TFT colour display

Verführen Sie jetzt ihre Kunden. Mit der neuen, aufregend schönen EXILIM Card EX-S770. Mit großem, extrahellem 7,1 cm Wide Screen TFT-Farbdisplay, Daten Speicher-Funktion, 7,2 Megapixel, Anti Shake DSP* und vielen weiteren, innovativen Features und Funktionen, denen Ihre Kunden nicht widerstehen können. EXciting EXILIM!

* Elektronischer Bild- und Filmstabilisator. ** Maximale Aufnahmezeit: 10 Minuten pro Movie.

Bezugsquelleninfo: CASIO Europe GmbH, Bornbarch 10, D-22848 Norderstedt
Schweiz: Hotline S.A., Via Magazzini Generali 8, CH-6828 Balerna, Tel.: +41 (0)91 683 20 91, web: www.hotline-int.ch

EXILIM
www.exilim.de

Panasonic rundet das Kameraportfolio ab

Fünf Lumix Neuheiten

Panasonic hat auf einer internationalen Pressekonferenz in Barcelona (Spanien) fünf weitere digitale Kompaktkameras der Lumix Reihe und einen neuen Photo Player vorgestellt, mit dem digitale Bilder ganz einfach auf dem Bildschirm eines Fernsehgerätes dargestellt werden können. Neben bekannten Features wie dem zuverlässigen OIS-Bildstabilisator und der neuen Version des Venus Engine Bildprozessors, der Aufnahmen ohne Qualitätsverlust bis ISO 1.600 ermöglicht, warten die neuen Modelle mit verschiedenen innovativen Ausstattungsmerkmalen auf. Dazu gehört die Intelligent ISO Control (abgekürzt I.I.C.), die den Einsatz der Kameras bei Sport- und Actionaufnahmen optimiert.

Bevor die in die katalonische Metropole angereisten Fachjournalisten die neuen Modelle sehen und anfassen konnten, stellte Yoshiiku Miyata, Managing Director, Panasonic Marketing Europe, die Strategie dar, die hinter Lumix steht. Dabei verwies er unter anderem auf die Inhouse-Kompetenz, die das Unternehmen besitze. „Ob es um Objektive, CCDs, Batterien, Prozessoren, Speicherkarten oder fototypische Technologien wie Bildstabilisation oder Bildverarbeitung geht, Panasonic besitzt selbst Wissen und Erfahrung in allen Kernbereichen“, meinte Miyata.

Diese Kompetenz habe man sinnvoll genutzt, wie der derzeitige Markterfolg beweise. Miyata: „Lumix hat viele neue Ideen hervorgebracht, die inzwischen zum Industriestandard geworden sind. Wir werden unser Können auch zukünftig dazu einsetzen, um deutlich Anteile im Kameramarkt



Lumix FZ50

hinzugewinnen. Unser Ziel ist dabei klar definiert: Langfristig soll Panasonic die Marke Nummer eins bei Kameras sein.“

Einen weiteren Schritt, um dieses Ziel zu erreichen, hat Panasonic mit der Vorstellung der fünf Neuheiten Lumix FZ50, Lumix LS2,



Yoshiiku Miyata, Managing Director, Panasonic Marketing Europe

Lumix FX50, Lumix FX07 und Lumix FX3 vollzogen.

Panasonic Lumix FZ50

Die Lumix FZ50 ist eine Zehn-Megapixel-Kamera mit Zwölfach-Zoom Leica DC Vario-Elmarit 2,8–3,7/35–420 mm (entsprechend Kleinbild) und optimiertem optischen Bildstabilisator als Nachfolgerin des Modells FZ30. Der neue Venus Engine III-Bildprozessor erlaubt nun dank seiner hocheffektiven Rauschunterdrückung das Fotografieren mit bis zu ISO 1.600 bei voller Zehn-Megapixel-Auflösung. Um bei Langzeitaufnahmen

nicht nur Unschärfen durch unruhige Kamerahaltung, sondern auch bei der Abbildung bewegter Motive zu vermeiden, ist die FZ50 zusätzlich zum Optical Image Stabilizer (OIS) mit einer Intelligent ISO Control und

einer Maximalempfindlichkeit von ISO 1.600 ausgestattet. Bei aktiviertem I.I.C. erkennt der schnelle Venus Engine III-Bildprozessor Motivbewegungen und wählt automatisch eine höhere Empfindlichkeit mit entsprechend kürzerer Belichtungszeit, die Motivbewegung und Lichtverhältnissen am besten gerecht wird. Eine neue Funktionstaste erlaubt den Schnelzugriff auf häufig benötigte Einstellungen; bevorzugte Einstellungskombinationen verschiedener Aufnahmefaktoren können gespeichert werden. Das LC-Farbdisplay mit fünf Zentimetern Diagonale ist weiter ausklapp- und um 180 Grad drehbar. Am Blitzschuh der FZ50 können jetzt entsprechende Systemblitzgeräte mit TTL-Blitz-Belichtungsmessung eingesetzt werden.

Panasonic Lumix LX2

Die Lumix LX2 ist das Nachfolge-Modell der Lumix LX1. Sie bietet ebenfalls das Vierfach-Zoom Leica DC Vario-Elmarit 2,8–4,9/28–112 mm (entsprechend Kleinbild) und den optischen Bildstabilisator OIS, dazu aber jetzt mit neuem Zehn-Megapixel-CCD eine noch höhere Auflösung sowie einen größeren 16:9-Monitor mit 7,1 Zentimeter Diagonale. Auch dieses Modell ermöglicht mit dem neuen Venus Engine III-Bildprozessor das Fotografieren mit bis zu ISO 1.600, und es ist zusätzlich zum Optical Image Stabilizer (OIS) mit der Intelligent ISO Control (I.I.C.) ausgestattet. Die Lumix LX-Modelle haben einen funktionellen Joystick, der den schnellen Zugriff auf häufig benötigte Einstellungen erlaubt. Das Seitenverhältnis der Bilder lässt sich im Bedarfsfall je nach Motiv oder Präsentationsbedingungen mit einem Schiebeschalter oben auf dem Objektiv schnell zwischen dem 16:9-, 3:2- und 4:3-Format wählen. Hochauflösende Videoaufnahmen im 16:9-Format sind mit 15 Bildern pro Sekunde ebenfalls möglich. Am Funktionswählrad kann jetzt zusätzlich der Print-Modus für den Direktdruck ohne PC gewählt werden. Fotos können auch im RAW-Format aufgenommen und mit der mitgelieferten Software optimiert werden.



Lumix FX50 und Lumix FX07



Panasonic Lumix FX50/FX07

Die Lumix Modelle DMC-FX50/FX07 sind mit dem Leica DC Vario-Elmarit 2,8/28–102 mm (entsprechend Kleinbild) ausgestattet. Auch hier wird der optische Bildstabilisator OIS durch „Intelligent ISO Control“ I.I.C. ergänzt. Die Lumix FX50 bietet ein 7,6 cm großes LC-Display, die Lumix FX07 ein 6,35 cm großes LCD. Die auf 7,2 Megapixel erhöhte Auflösung des CCD-Sensors und der neue Venus Engine III-Bildprozessor verbessern die Bildqualität bei Aufnahmen bis zu ISO 1.250. Auf dem Display der Lumix FX50 können zwei Bilder gleichzeitig angezeigt werden. Aus Videofilmen lassen sich bis zu neun

aufeinander folgende Standbilder herausuchen und kombiniert auf einem Blatt drucken. Zum sofortigen Druck von Fotos ohne PC ist der Print-Modus am Funktionsrad nun direkt wählbar.

Panasonic Lumix FX3

Das Einstiegsmodell Lumix FX3 wartet mit sechs Megapixeln Auflösung, einem Leica DC Vario-Elmarit 2,8/35–105 mm (entsprechend Kleinbild) und dem optischen Bildstabilisator OIS auf. Ergänzend kommt ein Hochempfindlichkeits-Modus mit ISO 1.600 hinzu. Der Venus Engine Plus-Bildprozessor erledigt die Kamerasteuerung und die interne Bildverarbeitung schnell, präzise und



energiesparend. Weitere Merkmale der FX3 sind ihr eingebauter 13,5 MB großer Speicher und ihre Ausdauer von bis zu 320 Aufnahmen pro Akkuladung (laut CIPA). Videos lassen sich nicht nur im üblichen VGA-Format aufzeichnen, sondern auch im für 16:9-Fernsehgeräte optimalen Breitbild-Format Wide-VGA.

Panasonic HDTV Photo Player DMW-SDP1

Der neue HDTV Photo Player DMW-SDP1 von Panasonic bietet die Möglichkeit, die mit einer Lumix Kamera oder einer anderen SD-bestückten Digitalkamera aufgenommenen Fotos in hochauflösender Qualität mit 1.080i auf dem Fernseher zu genießen. Der Venus Engine III-Prozessor sorgt auch beim SDP1 für schnelle Reaktionszeiten sowohl beim Start als auch bei der Bildintervallzeit von minimal einer Sekunde (unterschiedlich je nach Dateiumfang). Um das Gerät zu nutzen, braucht lediglich das mit dem SDP1 gelieferte HD Komponenten-Kabel an den HDTV-Fernseher angeschlossen und die SD/SDHC-Karte in den Einschub gesteckt zu werden. Der DMW-SDP1 bietet unterschiedliche Wiedergabemöglichkeiten. Drei verschiedene Übergänge stehen für eine Diashow zur Verfügung. Die Suche nach dem besten Foto wird durch die Vorschaumöglichkeit von 25 Miniaturbildern oder der übersichtlichen Sortierung nach Kalendertagen sehr einfach. Dazu werden mit einer



Lumix Kamera vertikal aufgenommene Bilder durch Auslesen der Bildinformation automatisch gedreht. Der DMW-SDP1 unterstützt außerdem Motion JPEG Wiedergabe unabhängig vom TV-System. Zusätzlich zum normalen VGA (640 x 480 Pixel, 4:3-Format)-Video bietet der SDP1 auch die Wiedergabe von Wide-VGA (848 x 480 Pixel, 16:9-Format)-Videos, wie sie die neuen Lumix-Kameras aufnehmen können und die sich besonders für die HDTV-Flachbildschirm-darstellung im 16:9-Format eignen. Schließlich kann sogar, für noch feinere Auflösung, das hochauflösende 16:9-Format der neuen Lumix DMC-LX2 mit 1.280 x 720 Pixeln bei 15 Bildern pro Sekunde wiedergegeben werden. Im Lieferumfang ist eine Fernbedienung enthalten, die die Bedienung des Photo Players durch den omni-direktionalen Cursor einfach macht. Zusätzlich lässt sich der SDP1 durch ein USB-Kabel (optional) mit PictBridge-fähigen Druckern verbinden.

see you again

imaging is more
photokina
world of imaging



POS-MAIL

photokina-guide

Cologne
September 26 – October 1
photokina 2006
world of imaging

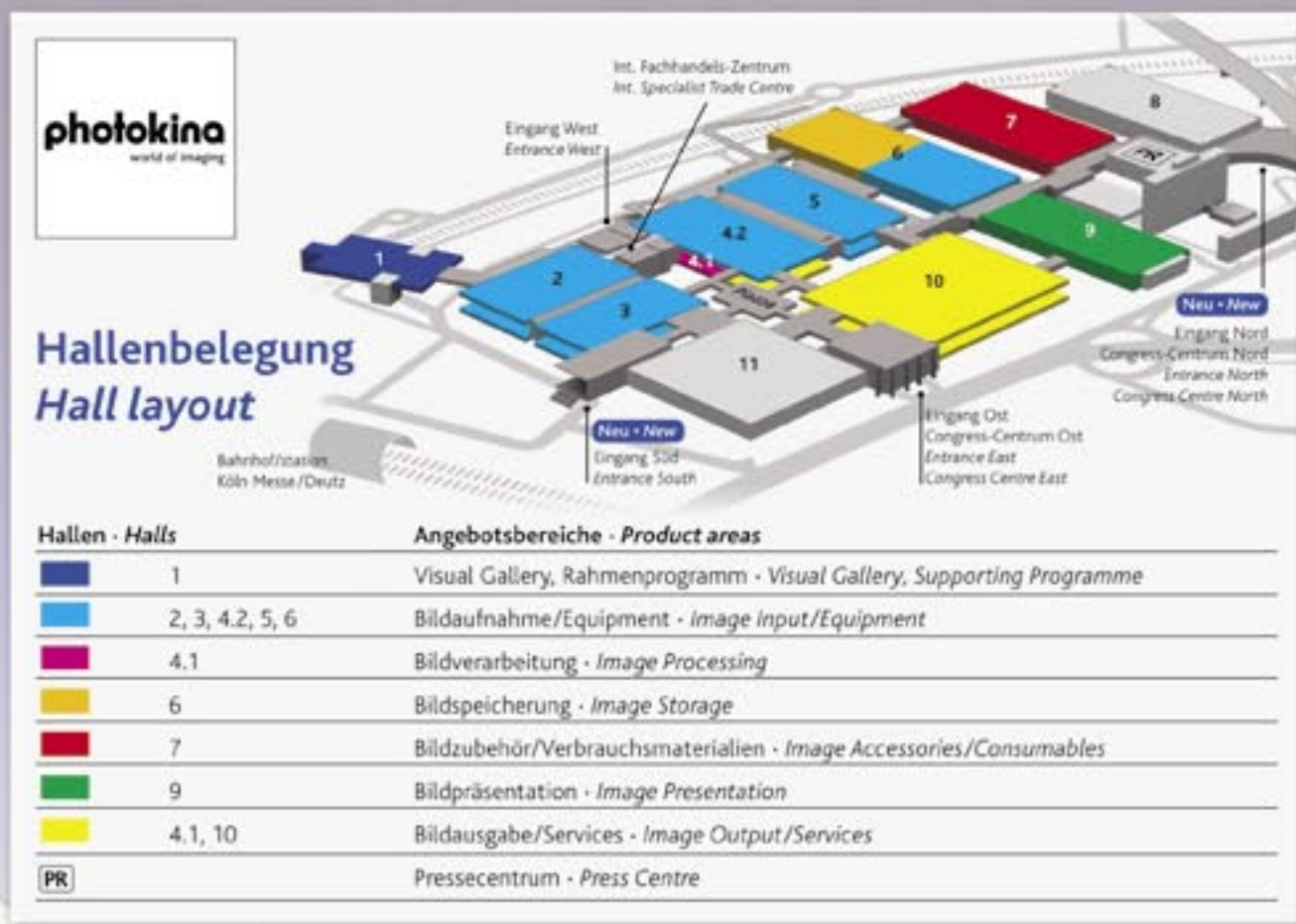
World of Imaging – mit diesem Untertitel unterstreicht die photokina 2006 erneut ihren Anspruch als globale Informations- und Kommunikationsplattform der Imagingbranche. Die Konvergenz der Technologien zeigt sich in Köln im Zusammenwachsen von Imaging mit Consumer Electronics, Telekommunikation und IT. Neben allen bekannten Fotounternehmen gehen darum auch Anbieter wie Apple, Casio, debitel, Epson, HP, Nokia, Panasonic, Samsung, Sony und The Phone House an den Start – erstmals dabei ist auch Europas führendes Foto-finishing-Unternehmen CeWe Color.

Zum ersten Mal werden sich die rund 1.600 Aussteller aus 50 Ländern auf dem neugestalteten Kölner Messegelände präsentieren. Dabei folgt die Angebotsstruktur nicht mehr der Unterscheidung in die Zielgruppen Consumer und Profi, sondern dem Weg des Bildes von der Aufnahme über die Bearbeitung bis zum Ausdruck und der Wiedergabe. Ein anspruchsvolles Rahmenprogramm informiert Fachhändler und Imaging-Profis über die neuesten Trends, und auf der ebenfalls neuen Sonderpräsentationsfläche „Lifestyle Media at photokina“ in Halle 9 können sich die Messebesucher selbst ein Bild vom Zusammenwachsen der Informations-, Kommunikations- und Unterhaltungstechnologie in realistischen Wohn-Umgebungen machen. Zahlreiche

Foto-Ausstellungen werden zudem demonstrieren, daß die Technologie kein Selbstzweck ist, sondern immer dem Ergebnis zu dienen hat – dem Bild. Auch wenn sich die steilen Wachstumskurven der vergangenen Jahre auf dem Foto- und Imagingmarkt inzwischen abgeflacht haben, rechnet der Photoindustrie-Verband auch in diesem Jahr mit einem

leichten Plus und einem Marktvolumen von über sechs Milliarden Euro. Auf der photokina 2006 werden vor allem digitale Spiegelreflex-Systeme, innovative Bildprodukte wie Fotogeschenke und Fotobücher, die Handy-Fotografie und Online-Services im Mittelpunkt stehen.

see you again



Aussteller nach Produktgruppen

ANALOGE FOTOGRAFIE

Kleinbildkameras

BHS Binkert GmbH Distribution
Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Leica Camera AG
Minox GmbH
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Pentacon GmbH
Rollei GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Voigtländer

Spiegelreflexkameras

Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Hasselblad A/B
Leica Camera AG
Nikon Corporation
Rollei GmbH
Sigma Corporation
Voigtländer

Mittelformatkameras

Carl Zeiss AG
Hasselblad A/B

Filme

DGH Großhandel
Eastman Kodak Company
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Le Bon Image GmbH
Minox GmbH
Rollei GmbH

Dia-Projektoren

Braun Photo Technik GmbH
DGH Großhandel
Kindermann & Co. GmbH
Leica Camera AG

Reflecta GmbH
Rollei GmbH

Sonstiges

Ansmann Energy GmbH
Braun Photo Technik GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
Dörr GmbH
Dohm GmbH
Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG
GP Batteries Europe b.v.
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH

Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Le Bon Image GmbH
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Nikon Corporation
Photo Intel Group Ltd.
Reflecta GmbH
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH
Sakar Germany GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Voigtländer

DIGITALFOTOGRAFIE

Digitalkameras

• Kompakt

BHS Binkert GmbH Distribution
Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
Casio Europe GmbH
DGH Großhandel
Eastman Kodak Company
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hewlett-Packard GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
Leica Camera AG
Minox GmbH
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Pentacon GmbH
Pentax Europe GmbH
Ricoh Europe B. V.
Rollei GmbH
Sakar Germany GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Sony Deutschland GmbH

• SLR

Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Ingram Micro Distribution GmbH
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Pentax Europe GmbH
Sigma Corporation
Voigtländer

Speichermedien

Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
COS Memory AG
DGH Großhandel
Dörr GmbH
Dohm GmbH
Eastman Kodak Company
Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Hasselblad A/B

Ingram Micro Distribution GmbH
Jobo AG
Kingston Technology GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH
Rollei GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH
Unomat GmbH & Co. KG

Software

Canon Europa N.V.
Dohm GmbH
Eastman Kodak Company
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Jobo AG
Le Bon Image GmbH
myPixx AG
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Reflecta GmbH
Sony Deutschland GmbH

Zubehör

Ansmann Energy GmbH
Canon Europa N.V.
Casio Europe GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
Eastman Kodak Company
Hama GmbH & Co KG
Hasselblad A/B
Hedler Systemlicht GmbH
Ingram Micro Distribution GmbH
Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Ricoh Europe B. V.
Sakar Germany GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH

Digitale Kamerarückteile

Hasselblad A/B
Leica Camera AG
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH

Sonstiges

Ansmann Energy GmbH
Canon Europa N.V.
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
Dohm GmbH
GP Batteries Europe b.v.
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Jobo AG
Nikon Corporation
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH
Wacom Europe GmbH

BILDBEARBEITUNG

Minilabs

bluechip Computer AG
Dohm GmbH
Foto + Minilab Systeme R. Saal GmbH
Fotofix Schnellautomaten GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
Hostert Pro GmbH
Jobo AG
Noritsu (Deutschland) GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH

Großlaborsysteme

Dohm GmbH
Fotofix Schnellautomaten GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hostert Pro GmbH
Noritsu (Deutschland) GmbH
Photo Intel Group Ltd.

Foto-Kiosks

bluechip Computer AG
CeWe Color AG & Co. OHG

Dohm GmbH
Eastman Kodak Company
Fotofix Schnellautomaten GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Mitsubishi Electric Europe B. V.
Photo Intel Group Ltd.

Fotodrucker

BHS Binkert GmbH Distribution
Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Dohm GmbH
Eastman Kodak Company
Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hewlett-Packard GmbH
Le Bon Image GmbH
Mitsubishi Electric Europe B. V.
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video

Scanner

BHS Binkert GmbH Distribution
Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
Cruse GmbH Digital Imaging Equipment
Eastman Kodak Company
Epson Deutschland GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hewlett-Packard GmbH
Nikon Corporation
Noritsu (Deutschland) GmbH
Reflecta GmbH

Fotopapier für Drucker

Canon Europa N.V.
DGH Großhandel
Dohm GmbH
Eastman Kodak Company
Epson Deutschland GmbH
Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG

Herma GmbH
Hewlett-Packard GmbH
Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Le Bon Image GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Sihl GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video

Toner- und Tintenpatronen

Canon Europa N.V.

Dörr GmbH

Epson Deutschland GmbH
Hewlett-Packard GmbH
Le Bon Image GmbH

Software

Adobe Systems GmbH
Canon Europa N.V.
Dohm GmbH
Fotoware Germany GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.

Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Le Bon Image GmbH
myPixx AG
Nikon Corporation
Noritsu (Deutschland) GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Photo Intel Group Ltd.

Sonstiges

Apple
Canon Europa N.V.
Dohm GmbH
Hama GmbH & Co KG
Jobo AG
Kienzle Phototechnik
Photo Intel Group Ltd.
Wacom Europe GmbH

ZUBEHÖR

Objektive

BHS Binkert GmbH Distribution
Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
Carl Zeiss AG
DGH Großhandel
Dörr GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Hasselblad A/B
Jos. Schneider Optische Werke GmbH
Leica Camera AG
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Linos Photonics GmbH
Nikon Corporation
Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Pentax Europe GmbH
Rollei GmbH
Sakar Germany GmbH
Sigma Corporation
Tamron Europe GmbH

Blitzgeräte

bron imaging GmbH
Canon Europa N.V.
CF Photo + Video Technik GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
DGH Großhandel

Hama GmbH & Co KG
Hedler Systemlicht GmbH
Hensel Studiotechnik GmbH & Co. KG
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Multiblitz GmbH & Co. KG
Nikon Corporation
Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sakar Germany GmbH
Sigma Corporation
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH

Bilderrahmen

DGH Großhandel
Dohm GmbH
Erno Warenvertriebs GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Hama GmbH & Co KG
Jobo AG
Karl Walther Alben + Rahmen GmbH & Co. KG
Phillips Consumer Electronics
Sakar Germany GmbH

Fotoalben

Aulfes GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
DGH Großhandel

Dörr GmbH

Erno Warenvertriebs GmbH
Fuji Photo Film Co. Ltd.
Goldbuch Georg Brückner GmbH
Hama GmbH & Co KG
Herma GmbH
Karl Walther Alben + Rahmen GmbH & Co. KG

Taschen

Ansmann Energy GmbH
BHS Binkert GmbH Distribution
Canon Europa N.V.
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
DGH Großhandel
Dörr GmbH
Erno Warenvertriebs GmbH
ewa-marine GmbH
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Hedler Systemlicht GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Lowepro Deutschland GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Panasonic Deutschland GmbH
Sakar Germany GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH

Stative

Berlebach Stativtechnik

Canon Europa N.V.
CF Photo + Video Technik GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
DGH Großhandel
Dörr GmbH
Erno Warenvertriebs GmbH
Hama GmbH & Co KG
HaPa Team Handels GmbH
Hedler Systemlicht GmbH
Hensel Studiotechnik GmbH & Co. KG
Jobo AG
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Lowepro Deutschland GmbH
Markins Europe
Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Sakar Germany GmbH
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sony Deutschland GmbH
Unomat GmbH & Co. KG

Literatur

Canon Europa N.V.
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Panasonic Deutschland GmbH

Sonstiges

Ansmann Energy GmbH
Cullmann Foto-Audio-Video GmbH
Dohm GmbH
Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG

Hama GmbH & Co KG
Herma GmbH
Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Olympus Imaging Europa GmbH
Pagna Papierverarbeitung Gnadau GmbH & Co. KG
Panasonic Deutschland GmbH
Photo Intel Group Ltd.
Soligor GmbH Foto-Optik-Video
Sakar Germany GmbH
Unomat GmbH & Co. KG

HOME CINEMA				
Audio-Anlagen Panasonic Deutschland GmbH	Panasonic Deutschland GmbH Reflecta GmbH Rollei GmbH Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH	Panasonic Deutschland GmbH Ricoh Europe B. V.	Hama GmbH & Co KG Kindermann & Co. GmbH Panasonic Deutschland GmbH Reflecta GmbH	Sonstiges beyerdynamic GmbH & Co. KG Hama GmbH & Co KG Kindermann & Co. GmbH Panasonic Deutschland GmbH Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Projektoren Canon Europa N.V. DGH Großhandel Eiki Deutschland GmbH Epson Deutschland GmbH Hewlett-Packard GmbH Kindermann & Co. GmbH	DVD DGH Großhandel Fuji Photo Film Co. Ltd. Hewlett-Packard GmbH	Mehrfachlautsprechersysteme Panasonic Deutschland GmbH	Plasma- und LCD-Bildschirme Eiki Deutschland GmbH Kindermann & Co. GmbH Panasonic Deutschland GmbH	
INTERNET				
Online-Bilderdienste Canon Europa N.V. CeWe Color AG & Co. OHG Dohm GmbH	Eastman Kodak Company Fujicolor Central Europe Photofinishing GmbH & Co. KG Fuji Photo Film Co. Ltd.	myPixx AG Photo Intel Group Ltd. Ritter + Wirsching Fotovertrieb GmbH	Webcams Fuji Photo Film Co. Ltd. Hama GmbH & Co KG Sakar Germany GmbH	
TELEKOMMUNIKATION				
Mobilfunk DGH Großhandel Dohm GmbH Nokia GmbH Panasonic Deutschland GmbH Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB The Phone House	ISDN Hama GmbH & Co KG The Phone House MMS Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB The Phone House	GPRS Panasonic Deutschland GmbH Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB The Phone House	HSCSD Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB i-mode Panasonic Deutschland GmbH	Sonstiges Hama GmbH & Co KG Nokia GmbH Panasonic Deutschland GmbH
VIDEO				
Camcorder Aiptek International GmbH Canon Europa N.V. DGH Großhandel Panasonic Deutschland GmbH	Sakar Germany GmbH Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH Video-Nachbearbeitung Adobe Systems GmbH	Canon Europa N.V. Hama GmbH & Co KG Panasonic Deutschland GmbH	Sonstiges beyerdnamic GmbH & Co. KG Dörr GmbH Hama GmbH & Co KG Hedler Systemlicht GmbH	Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
VERBÄNDE, KOOPERATIONEN, AUSBILDUNGSSTÄTTEN ETC.				
Photoindustrie-Verband e.V.	Photo Marketing Association International	Photo+Medienforum Kiel. e. V.	Ringfoto GmbH & Co.	europa-foto GmbH & Co. KG

Wichtige Aussteller nach Hallen

Halle 2	Leica Camera AG 1/C 50 Kenko Co., Ltd. 2/E 29 Aulfes GmbH C 63 Metz-Werke GmbH & Co. KG 1/D 2 Kienzle Phototechnik 1/E 21 Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG C 63 Panasonic Deutschland GmbH 2/A 30 Linhof Präzisions- Systemtechnik GmbH 1/B 8 Erno Warenvertriebs GmbH A 20 Pentacon GmbH 1/B 20 Lowepro Deutschland GmbH & Co. KG 2/E 30 GP Batteries Europe b.v. D 30 Reflecta GmbH 1/D 20 Sigmak Germany GmbH 1/A 30 Sigma Corporation 2/B 20 Photo Marketing Ass. Intern. 2/D 31 GmbH & Co. KG B 10 Sakar Germany GmbH 1/A 41 Unomat GmbH & Co. KG 1/A 21 PoS-MAIL 2/E 31 Pagna Papierverarbeitung 1/B 20 Hasselblad A/B 1/B 20 Ricoh Europe B.V. 2/D 11 Gnadau GmbH & Co. KG C 63 Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG 1/A 48 Adobe Systems GmbH 1/F 11 Rollei GmbH 2/F 21 Photoindustrie-Verband e. V. CC Nord Markins Europe 1/A 15 Aiptek International GmbH 2/G 30 Slik Corporation 2/E 29 Minox GmbH 1/B 41 Apple 1/I 50 Sony Deutschland GmbH 2/E 10 Nikon Corporation 2/A 10 Fotoware GmbH 1/D 49 Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB 2/D 8 Eiki Deutschland GmbH B 20 Novoflex 1/A 41 Photofinishing GmbH & Co. KG 2/A 9 Tamrac Inc. 2/E 21 Kindermann & Co. GmbH A 11 Präzisionstechnik GmbH 1/A 41 Fuji Photo Film Co. Ltd. 2 The Phone House 2/D 37 Halle 9 Olympus Imaging Europe GmbH 2/B 30 Hama GmbH & Co KG 2/C 20 Tokina Co., Ltd. 2/E 29 Halle 10 Pentax Europe GmbH 2/D 20 Hewlett Packard GmbH 1 bluechip Computer GmbH 2/C 30 Photo+Medienforum Kiel e. V. 1/C 1 Nokia GmbH 2/C 10/E 19 Berlebach Stativtechnik A 31 CeWe Color AG & Co. OHG 2/A 70 Cruse GmbH Ringfoto GmbH & Co. 1/D 20 Samsung 2/E 30 bron imaging GmbH A 10 Digital Imaging Equipment 1/D 35 Soligor GmbH (Europe) GmbH 2/G 10 COS Memory AG C 70 Dohm GmbH 2/B 61/65 Foto-Optik-Video 1/C 36 Tamron Europe GmbH 2/E 10 COS Memory AG C 70 Epson Deutschland GmbH 2/B 20 Voigtländer 1/D 20 Wacom Europe GmbH 1/G 11 Hedler Systemlicht GmbH A 30 Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG 1/D 10 Fotofix Halle 3 BHS Binkert GmbH Distribution 1/D 40 Braun Photo Technik GmbH 1/D 20 Canon Europa N.V. 2/A 10/B 10/B 17/C 17 Cullmann Foto-Audio-Video GmbH 1/D 20 europa-foto GmbH & Co. KG 1/A 20 Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG A 11 Schnellautomaten GmbH 2/A 50 Halle 5 Beyerdynamic GmbH & Co. KG 1/B 11 C.A.T.-Verlag Blömer GmbH 2/E 31 Eastman Kodak Company 2 Kingston Technology GmbH C 71 Foto+Minilabsysteme R. Saal GmbH 2/C 30 Markins Europe 1/A 15 Aiptek International GmbH 2/G 30 Slik Corporation 2/E 29 Minox GmbH 1/B 41 Apple 1/I 50 Sony Deutschland GmbH 2/E 10 Nikon Corporation 2/A 10 Fotoware GmbH 1/D 49 Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB 2/D 8 Eiki Deutschland GmbH B 20 Novoflex 1/A 41 Photofinishing GmbH & Co. KG 2/A 9 Tamrac Inc. 2/E 21 Kindermann & Co. GmbH A 11 Präzisionstechnik GmbH 1/A 41 Fuji Photo Film Co. Ltd. 2 The Phone House 2/D 37 Halle 6 Olympus Imaging Europe GmbH 2/B 30 Hama GmbH & Co KG 2/C 20 Tokina Co., Ltd. 2/E 29 Halle 7 Pentax Europe GmbH 2/D 20 Hewlett Packard GmbH 1 bluechip Computer GmbH 2/C 30 CeWe Color AG & Co. OHG 2/A 70 Cruse GmbH Ringfoto GmbH & Co. 1/D 20 Samsung 2/E 30 bron imaging GmbH A 10 Digital Imaging Equipment 1/D 35 Soligor GmbH (Europe) GmbH 2/G 10 COS Memory AG C 70 Dohm GmbH 2/B 61/65 Foto-Optik-Video 1/C 36 Tamron Europe GmbH 2/E 10 COS Memory AG C 70 Epson Deutschland GmbH 2/B 20 Voigtländer 1/D 20 Wacom Europe GmbH 1/G 11 Hedler Systemlicht GmbH A 30 Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG 1/D 10 Fotofix Halle 8 Beyerdynamic GmbH & Co. KG 1/B 8 Erno Warenvertriebs GmbH A 20 Goldbuch Georg Brückner GmbH B 30 GP Batteries Europe b.v. D 30 Karl Walther Alben & Rahmen GmbH & Co. KG B 10 Pagna Papierverarbeitung Gnadau GmbH & Co. KG C 63 Photoindustrie-Verband e. V. CC Nord Halle 1 Beyerdynamic GmbH & Co. KG 1/B 11 Casio Europe GmbH 2 Reflecta GmbH 1/D 20 Sigmak Germany GmbH 1/A 30 Sigma Corporation 2/B 20 Photo Marketing Ass. Intern. 2/D 31 GmbH & Co. KG B 10 Sakar Germany GmbH 1/A 41 Unomat GmbH & Co. KG 1/A 21 PoS-MAIL 2/E 31 Pagna Papierverarbeitung 1/B 20 Hasselblad A/B 1/B 20 Ricoh Europe B.V. 2/D 11 Gnadau GmbH & Co. KG C 63 Photoindustrie-Verband e. V. CC Nord Halle 2 Leica Camera AG 1/C 50 Kenko Co., Ltd. 2/E 29 Aulfes GmbH C 63 Metz-Werke GmbH & Co. KG 1/D 2 Kienzle Phototechnik 1/E 21 Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG C 63 Panasonic Deutschland GmbH 2/A 30 Linhof Präzisions- Systemtechnik GmbH 1/B 8 Erno Warenvertriebs GmbH A 20 Pentacon GmbH 1/B 20 Lowepro Deutschland GmbH & Co. KG 2/E 30 GP Batteries Europe b.v. D 30 Reflecta GmbH 1/D 20 Sigmak Germany GmbH 1/A 30 Sigma Corporation 2/B 20 Photo Marketing Ass. Intern. 2/D 31 GmbH & Co. KG B 10 Sakar Germany GmbH 1/A 41 Unomat GmbH & Co. KG 1/A 21 PoS-MAIL 2/E 31 Pagna Papierverarbeitung 1/B 20 Hasselblad A/B 1/B 20 Ricoh Europe B.V. 2/D 11 Gnadau GmbH & Co. KG C 63 Photoindustrie-Verband e. V. CC Nord Halle 3 BHS Binkert GmbH Distribution 1/D 40 Braun Photo Technik GmbH 1/D 20 Canon Europa N.V. 2/A 10/B 10/B 17/C 17 Cullmann Foto-Audio-Video GmbH 1/D 20 europa-foto GmbH & Co. KG 1/A 20 Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG A 11 Schnellautomaten GmbH 2/A 50 Halle 4 Adobe Systems GmbH 1/F 11 Rollei GmbH 2/F 21 Photoindustrie-Verband e. V. CC Nord Markins Europe 1/A 15 Aiptek International GmbH 2/G 30 Slik Corporation 2/E 29 Minox GmbH 1/B 41 Apple 1/I 50 Sony Deutschland GmbH 2/E 10 Nikon Corporation 2/A 10 Fotoware GmbH 1/D 49 Sony Ericsson Mobile Comm. Intern. AB 2/D 8 Eiki Deutschland GmbH B 20 Novoflex 1/A 41 Photofinishing GmbH & Co. KG 2/A 9 Tamrac Inc. 2/E 21 Kindermann & Co. GmbH A 11 Präzisionstechnik GmbH 1/A 41 Fuji Photo Film Co. Ltd. 2 The Phone House 2/D 37 Halle 5 Beyerdynamic GmbH & Co. KG 1/B 11 Casio Europe GmbH 2 Reflecta GmbH 1/D 20 Sigmak Germany GmbH 1/A 30 Sigma Corporation 2/B 20 Photo Marketing Ass. Intern. 2/D 31 GmbH & Co. KG B 10 Sakar Germany GmbH 1/A 41 Unomat GmbH & Co. KG 1/A 21 PoS-MAIL 2/E 31 Pagna Papierverarbeitung 1/B 20 Hasselblad A/B 1/B 20 Ricoh Europe B.V. 2/D 11 Gnadau GmbH & Co. KG C 63 Photoindustrie-Verband e. V. CC Nord Halle 6 Olympus Imaging Europe GmbH 2/B 30 Hama GmbH & Co KG 2/C 20 Tokina Co., Ltd. 2/E 29 Halle 7 Pentax Europe GmbH 2/D 20 Hewlett Packard GmbH 1 bluechip Computer GmbH 2/C 30 CeWe Color AG & Co. OHG 2/A 70 Cruse GmbH Ringfoto GmbH & Co. 1/D 20 Samsung 2/E 30 bron imaging GmbH A 10 Digital Imaging Equipment 1/D 35 Soligor GmbH (Europe) GmbH 2/G 10 COS Memory AG C 70 Dohm GmbH 2/B 61/65 Foto-Optik-Video 1/C 36 Tamron Europe GmbH 2/E 10 COS Memory AG C 70 Epson Deutschland GmbH 2/B 20 Voigtländer 1/D 20 Wacom Europe GmbH 1/G 11 Hedler Systemlicht GmbH A 30 Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG 1/D 10 Fotofix Halle 8 Beyerdynamic GmbH & Co. KG 1/B 8 Erno Warenvertriebs GmbH A 20 Goldbuch Georg Brückner GmbH B 30 GP Batteries Europe b.v. D 30 Karl Walther Alben & Rahmen GmbH & Co. KG B 10 Pagna Papierverarbeitung Gnadau GmbH & Co. KG C 63 Photoindustrie-Verband e. V. CC Nord Halle 9 Eiki Deutschland GmbH B 20 Kindermann & Co. GmbH A 11 Halle 10 bluechip Computer GmbH 2/C 30 CeWe Color AG & Co. OHG 2/A 70 Cruse GmbH Digital Imaging Equipment 1/D 35 Dohm GmbH 2/B 61/65 Epson Deutschland GmbH 2/B 20 Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG 1/D 10 Fotofix Schnellautomaten GmbH 2/A 50 Foto+Minilabsysteme R. Saal GmbH 2/C 30 Le Bon Image GmbH 1/A 10/B 19 Mitsubishi Electric Europe B.V. 2/B 10 Photo Intel Group Ltd. 2/A 60 Sihl GmbH 1/B 20
---------	---

Allgemeine Informationen

A

Adobe Systems GmbH	4.1/F 11
Aiptek International GmbH	4.2/G 30
Ansmann Energy GmbH	7/C 20
Apple	4.1/I 50
Aulfes GmbH	7/C 63

B

Berlebach Stativtechnik	6/A 31
beyerdynamic GmbH & Co. KG	2.1/B 11
BHS Binkert GmbH Distribution	3.1/D 40
bluechip Computer AG	10.2/C 30
Braun Photo Technik GmbH	3.1/D 20
bron imaging GmbH	6/A 10

C

Canon Europa N.V.	3.2/A 10/B 10/B 17/C 17
Carl Zeiss AG	2.1/B 10
Casio Europe GmbH	2.2
Bornbarch 10 • 22848 Norderstedt	
Tel.: 040/52865-804 • Fax: 040/52865-888	
www.casio-europe.com	
CeWe Color AG & Co. OHG	10.2/A 70
Meerweg 30-32 • 26133 Oldenburg	
Tel.: 0441/404-0 • Fax: 0441/404-421	
www.cewe.eu • info@cewe.eu	
• CeWe Color präsentiert unter anderem die Bestellwege für Digitalfotos, eine neue Software zur Gestaltung von Fotobüchern sowie Vermarktungsansätze für Digitalfotos, Fotogeschenke, Portraitaufnahmen etc.	
CF Photo + Video Technik GmbH	6/A 2
COS Memory AG	6/C 70
Cruse GmbH Digital Imaging Equipment	10.1/D 35
Cullmann	
Foto-Audio-Video GmbH	3.1/D 20

D

DGH Großhandel	6/C 50
Alfred-Nobel-Str. 6 • 97080 Würzburg	
Tel.: 0931/9708-444 • Fax: 0931/9708-422	
www.dgh.de	
Dörr GmbH	2.1/A 41
Messerschmidtstr. 1 • 89231 Neu-Ulm	
Tel.: 0731/97037-0 • Fax: 0731-97037-37	
www.doerrfoto.de • info@doerrfoto.de	
Dohm GmbH	10.2/B 61/65
Blumenstraße 31 • 72127 Mähringen	
Tel.: 07071/9120-0 • Fax: 07071/9129-31	
www.dohm.de	
Durable Hunke & Jochheim GmbH & Co. KG	7/C 63

E

Eastman Kodak Company	5.2
Eiki Deutschland GmbH	9/B 20
Epson Deutschland GmbH	2.2/A 41
Otto-Hahn-Str. 4 • 40670 Meerbusch	
Tel.: 02159/538-0 • Fax: 02159/538-3000	
www.epson.de	
Erno Warenvertriebs GmbH	7/A 20
Dr.-Rudolf-Eberle-Straße 45 • 79774 Albbruck	
Tel.: 07753/9205-0 • Fax: 07753/920533	
www.erno.com	
europa-foto GmbH & Co. KG	3.1/A 20
ewa-marine GmbH	3.1/C 39

Die wichtigsten Aussteller von A–Z

F

Felix Schoeller Jr. Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG	10.1/D 10
Fotofix	
Schnellautomaten GmbH	10.2/A 50
Foto + Minilabsysteme	
R. Saal GmbH	10.2/C 30
Fotoware Germany GmbH	4.1/D 49
Fujicolor Central Europe	
Photofinishing GmbH & Co. KG	4.2/A 9
Fuji Photo Film Co. Ltd.	4.2

G/H

Goldbuch Georg Brückner GmbH	7/B 30
GP Batteries Europe b.v.	7/D 30
Hama GmbH & Co KG	4.2/C 20
HaPa Team Handels GmbH	5.2/D 20
Hasselblad A/B	2.1/B 20
Hedler Systemlicht GmbH	6/A 30
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG	6/A 11
Hewlett-Packard GmbH	4.1
Hostert Pro GmbH	10.2/E 28
Hoya Co., Ltd.	5.2/E 29

I

imaging+foto-contact	5.2/E 31
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH	
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen	
Tel.: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790	
www.worldofphoto.de	
• imaging+foto-contact ist die größte Fachzeitschrift für die deutsche Foto- und Imagingbranche. Jeden Monat informiert sie aktuell über Neuheiten – ergänzt durch Medien im Internet, auf CD und einen optionalen E-Mail-News-Service.	
Ingram Micro Distribution GmbH	3.1/B 30
INTERNATIONAL CONTACT	5.2/E 31
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH	
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen	
Tel.: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790	
www.worldofphoto.com	
• INTERNATIONAL CONTACT ist die führende Fachzeitschrift für den weltweiten Foto- und Imagingmarkt.	

J

Jobo AG	6/C 20
Jos. Schneider	
Optische Werke GmbH	5.1/C 10
Just Normlicht Vertriebs-GmbH	10.2/D 19

K

Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG	2.1/A 48
Im Krötenteich 2 • 74722 Buchen	
Tel.: 06281/407-0 • Fax: 06821/407-55	
www.kaiser-fototechnik.de	

Karl Walther Alben + Rahmen

GmbH & Co. KG	7/B 10
Kenko Co., Ltd.	5.2/E 29
Kienzle Phototechnik	5.1/E 21
Kindermann & Co. GmbH	9/A 11
Kingston Technology GmbH	6/C 71

L

Le Bon Image GmbH	10.1/B 10
Leica Camera AG	3.1/C 50
Linhof	
Präzisions-Systemtechnik GmbH	5.1/B 8
Linos Photonics GmbH	5.1/B 20
Lowe pro Deutschland GmbH & Co. KG	5.2/E 30

M

Markins Europe	2.1/A 15
Metz-Werke GmbH & Co. KG	3.1/D 2
Minox GmbH	2.1/B 41
Mitsubishi Electric Europe B.V.	10.2/B 10
Electronic Visual Systems	
Niederlassung Deutschland	
Gothaer Str. 8 • 40880 Ratingen	
Tel.: 02102/486-9250 • Fax: 02102/486-7320	
www.mitsubishi-evs.de	
• Wirtschaftliche Highend Digitalprint-Systeme mit innovativen Features zur Bildbearbeitung und Weitergabe: Kiosk- & Service-Fotosysteme (Click), Flexilab & Stand-alone-Drucker für beste Printqualität.	
Multiblitz GmbH & Co. KG	6/C 10
myPixx AG	4.1/F 10

N

Nikon Corporation	2.2/ A 10
Nokia GmbH	4.2/C 10/E 19
Noritsu (Deutschland) GmbH	10.2/F 10
Novoflex	
Präzisionstechnik GmbH	2.1/A 41

O/P

Olympus Imaging Europa GmbH	2.2/B 30
Pagna Papierverarbeitung Gnadau GmbH & Co. KG	7/C 63
Panasonic Deutschland GmbH	3.2/A 30
Pentacon GmbH	3.1/B 20
Pentax Europe GmbH	2.2/D 20
Philips Consumer Electronics	6/C 20
Photoindustrie-Verband e.V.	7/CC Nord
Photo Intel Group Ltd.	10.2/A 60
Main Street Glenfield • GB-LE3 8GD Leicester	
Tel.: 0044/11623-25169 • Fax: 0044/11623-41431	
www.photointelgroup.com	
Photo Marketing Ass. Intern.	5.2/D 31
Photo+Medienforum Kiel. e. V.	2.1/C 1
PoS-MAIL	5.2/E 31
C.A.T.-Verlag Blömer GmbH	
Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen	

Tel.: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790

www.pos-mail.de

- Das erfolgreiche Medium für den High-Tech-Fachhandel informiert jeden Monat aktuell über die Innovationen in Unterhaltungselektronik, Foto, IT und Telekommunikation – ergänzt durch digitale Medien im Internet, auf CD und einen optionalen E-Mail-News-Service.

PrePress-World of Print **5.2/E 31**

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Freiligrathring 18-20 • 40878 Ratingen

Tel.: 02102/2027-0 • Fax: 02102/202790

www.prepressworld.de

www.worldofprint.de

www.worldofprint.com

- PrePress – World of Print, die Zeitschrift für die Produktion von Printprodukten. Angesprochen werden Druckereien, Verlage und Werbeagenturen sowie die klassischen freien Berufe der Medienproduktion – vom Grafiker bis zum Fotografen.

R/S

Reflecta GmbH	3.1/D 20
Ricoh Europe B.V.	5.2/D 11
Ringfoto GmbH & Co.	2.1/D 20
Ritter + Wirsching	
Fotovertrieb GmbH	10.2/F 23
Rollei GmbH	5.2/F 21
Im Kant-Dreieck/Fasanenstr. 81 • 10623 Berlin	
Tel.: 030-319903-0 • Fax: 030/319903-99	
www.rollei.com	
Sakar Germany GmbH	3.1/A 30
Samsung	4.2/E 30
Sanyo Fisher Sales	
(Europe) GmbH	4.2/G 10
Sigma Corporation	3.2/B 20
Sihl GmbH	10.1/B 20
Kreuzauer Str. 33 • 52355 Düren	
Tel.: 02421-597-0 • Fax: 02421-597-297	
www.sihlgroup.com	
Slik Corporation	5.2/E 29
Soligor GmbH Foto-Optik-Video	2.1/C 36
Sony Deutschland GmbH	5.2/E 10
Sony Ericsson	
Mobile Comm. Intern. AB	5.2/D 08
Fritz-Vomfelde-Str. 26 • 40547 Düsseldorf	
Fax: 0211/52286-371	
www.SonyEricsson.de	

T

Tamrac Co., Ltd.	5.2/E 21
Tamron Europe GmbH	4.2/E 10
The Phone House	5.2/D 37
Tokina Co., Ltd.	5.2/E 29

U/W

Unomat GmbH & Co. KG	3.1/A 21
Voigtländer	2.1/D 20

W

Wacom Europe GmbH	4.1/G 11
-------------------	----------

SCHWERGEWICHT.

K 324 P CHROME

Seit fast 60 Jahren vertrauen die Toningenieure, Mixer und DJ's auf der ganzen Welt den Profi-Kopfhörern von AKG. Unzählige Auszeichnungen und mehr als 1.400 Patente belegen die Kompetenz, Kopfhörer immer noch ein klein wenig besser machen zu können. Dass sich die Profiqualität von AKG auch auf federleichte 3g konzentrieren lässt, beweist der neue In-Ear-Kopfhörer K 324P. Er enthält die Technologien, die AKG auch in den professionellen In-Ear-Kopfhörern einsetzt. Von den satten Bässen bis hin zu den fein auflösenden Höhen ist sein Klang einfach überragend. Aber auch die Verarbeitung und Verwendung von hochwertigsten Materialien garantieren die Robustheit, die ihn über lange Zeit zu Ihrem treuen Begleiter machen wird.

Ausführungen: weiß und chrome.

www.akg.com

H A Harman International® Company

Harman Deutschland GmbH Händerstr. 1 74080 Heilbronn Tel.: +49 7131 480 - 0

AKG

PoS Neuheiten

Neue HDV1080i Camcorder von Canon



Canon hat zwei neue Camcorder für den HDV1080i Standard angekündigt. Damit gibt es neben dem Flaggschiff XL H1 nun zwei weitere Geräte, die die Aufnahme von Videofilmen in professioneller HDV-Qualität erlauben. Der neue XH A1 bietet 25F (Frame) Aufnahme sowie Cine Gamma Einstellungen, die den Kino-Look nach Angaben von Canon noch verstärken. Das Gerät verfügt über eine 20fach Zoom Optik aus Canons L-Serie



mit Fluoridelementen und deckt einen Brennweitenbereich von 32,6–650 mm (entsprechend Kleinbild) ab. In die Optik integriert ist der optische Super Range Bildstabilisator, der Erschütterungen über einen sehr großen Frequenzbereich kompensiert. Ein zweistufiger ND-Filter erlaubt die volle Blendenöffnung (1,6–3,5) selbst bei hellem Umgebungslicht. Mit dem separaten Fokus-, Zoom- und Blendenring am Objektiv haben die Anwender volle manuelle Kontrolle über wichtige Einstellungen. Die Bildinformationen werden mit Canons DIGIC DV II Prozessor verarbeitet, der erstmalig im XL H1 eingesetzt wurde. Er erlaubt während der Video-Aufnahme auch, Fotos mit Zwei-Megapixel-Auflösung zu schießen. Die Aufzeichnung erfolgt nach dem 3-Chip-Prinzip über einen 3 x 1,67 Megapixel CCD Sensor mit einer Auflösung von 1.440 x 1.080 Pixeln. Das Seitenverhältnis von 1,333:1 erlaubt dabei die Wiedergabe über 16:9 HD-Displays mit der vollen Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln, betont Canon in einer Pressemitteilung. Der neue Camcorder XH-G1 ist zusätzlich mit Studio-Standardanschlüssen ausgestattet. Beide Geräte sollen ab September 2006 in den Handel kommen und 3.999 Euro (XH A1) bzw. 6.999 Euro (XH G1) kosten.

Pocket Loox N100 von Fujitsu Siemens



Fujitsu Siemens Computers bringt zur IFA mit dem neuen Pocket Loox N100 einen mobilen Wegweiser für Auto- und Radfahrer sowie Fußgänger auf den Markt. Das Gerät ist bereits mit der Navigon Software MobileNavigator 6 ausge-



stattet. Die Maße von 89 x 62 x 16 mm und ein Gewicht von 110 Gramm machen den Pocket Loox N100 nach Angaben von Fujitsu Siemens Computers zum kleinsten und leichtesten Personal Navigation Assistant (PNA) auf dem Markt. Ein integrierter MP3-Player sorgt für Sound. Das schlanke Design ist durch wechselbare

Front-Cover individuell gestaltbar. Die Antenne ist in das Gehäuse eingebaut. Der Pocket Loox N100 wird vom 1. bis 6. September auf der Internationalen Funkausstellung IFA in Berlin auf dem Stand von Fujitsu Siemens Computers zu sehen sein und ist zu diesem Zeitpunkt auch bereits im Fachhandel zu Preisen ab 299 Euro (inkl. MwSt.) erhältlich.

S7 heißt das neueste Optio Modell von Pentax



Mit der Optio S7 hat Pentax sein neuestes Modell der Optio „S“-Serie vorgestellt. Die S7 ist das Nachfolgemodell der Pentax Optio S6. Mit ihren sieben Megapixeln im hochwertigen Edelstahlgehäuse ist die Pentax Optio S7 ein Lifestyle-Accessoire für den anspruchsvollen Hobbyfotografen. Dank des sogenannten Sliding-Lens-Systems (optischer Dreifachzoom 37,5–112,5 mm entsprechend KB-Format) war es möglich, die Kamera besonders kompakt zu bauen: 85,5 x 53,5 x 19,5 mm bei 120 Gramm Gesamtgewicht. Der „Blurr-Reduction“-Modus korrigiert Verwacklungen und Unschärfen bei dämmerigem Licht automatisch mit bis zu ISO 1.600. Im Portrait-Modus sorgt die Face-Recognition automatisch für die beste Belichtung. Dank Nachführ-Autofokus bleiben einmal anfo-



kusierte Objekte auch bei unvorhergesehenen Bewegungen scharf. Die Pentax Optio S7 kann mit konventionellen SD sowie den neuen SDHC Speicherkarten verwendet werden und wird ab August 2006 zum Preis von 279 Euro (unverbindliche Preisempfehlung) lieferbar sein.

Sony mit neuer Cyber-shot T10



Mit der T10 stellt Sony sein neuestes Modell der Cyber-shot-Serie vor. Mit ihrem Super-HAD-CCD mit einer Auflösung von effektiv 7,2 Megapixeln bietet die T10 viel fotografischen Spielraum. Das Carl Zeiss Vario-Tessar-Objektiv mit dreifach optischem Zoom und einer Brennweite von 38–114 mm (im Ver-



gleich zu KB) sowie der Real Imaging Prozessor sorgen für beste Aufnahmequalität. Beim Display handelt es sich um einen „Clear Photo LCD Plus“-Monitor, der in der Diagonalen 2,5 Zoll (6,3 cm) mißt und eine Auflösung von 230.000 Bildpunkten sowie eine regulierbare Helligkeit ermöglicht. Die Cyber-shot T10 arbeitet mit der optischen Bildstabilisierungstechnik „Super SteadyShot“. Diese erfaßt über Sensoren selbst minimale Schwankungen und gleicht sie durch eine Gegenbewegung der Linseneinheit aus. Zusätzlich zum optischen Bildstabilisator hat die T10 auch einen elektronischen ISO-Verwacklungsschutz. Gerade bei schwierigen Lichtverhältnissen benötigt man eine kürzere Verschlusszeit, um Verwacklungen bei einem sich bewegenden Motiv zu vermeiden. Mit einer Einschaltverzögerung von nur ca. 1,3 Sekunden, einer Verschlussverzögerung von ca. 0,28 Sekunden (mit Autofokus) und einer Aus-

löseverzögerung von ca. 0,01 Sekunden (ohne Autofokus) ist die Cyber-shot T10 sehr schnell. Die Kamera ist mit ihren Abmessungen von 89,7 x 54,9 x 20,6 mm zudem sehr kompakt und mit einem Gewicht von nur 140 g (ohne Akku) auch sehr leicht. Eine Akkuladung reicht aus für bis zu 250 Fotos oder 125 Minuten Video (gemessen nach dem CIPA Standard). Die neue Sony Cyber-shot T10 wird ab Mitte September in den Gehäusefarben Schwarz und Silber lieferbar sein. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 379 Euro.

Saitek Keyboard Eclipse II mit Beleuchtung



Das in vieler Hinsicht außergewöhnliche Keyboard Eclipse II von Saitek löst als Nachfolgemodell die Eclipse Tastatur ab. Das Saitek Eclipse II ist Eingabegerät und Fashion-Objekt zugleich. Die LED-Hintergrundbeleuchtung der Tastatur läßt sich nach Laune und Geschmack des Anwenders wahlweise in Blau, Rot oder Lila einstellen. Mit einem Dimmer kann die Helligkeit kontinuierlich angepaßt werden. Das garantiert optimale Nutzbarkeit bei allen denkbaren Lichtverhältnissen. 104 lichtdurchlässige Buchstaben im deutschen Tastaturlayout leuchten zu jeder Tages- und Nachtzeit. Mit einer derartig stimulierenden Illumination wird sogar nächtliches Tippen zur entspannenden Erholung, behauptet der Hersteller. Besonders leise und leichtgängige Tasten sorgen für ruhiges und stressfreies Arbeiten. Mit seinen Multimedia-Sondertasten, zum Beispiel für Lautstärkeregelung, Pause, Play und Track Skip, ist das Eclipse II auch für Musikkonsumenten das ideale Eingabegerät. Das Gehäuse mit ergonomischem Design und großflächigen Gummifüßen sorgt für sicheren Stand und zusammen mit der Handballenaufklappung und dem einstellbaren Neigungswinkel für ermüdungsfreies Arbeiten mit dem Keyboard.

BenQ BW1000: Multiformat Blu-Ray DVD-Brenner



BenQ bringt mit dem BW1000 seinen ersten Blu-Ray DVD-Brenner auf den Markt. Der BW1000 ist mit drei Laser-Pick-ups in unterschiedlichen Wellenlängen ausgestattet, um die verschiedenen Rohlingformate beschreiben und lesen zu können: ein Infrarot-Laser für CD-Medien, ein roter Laser für DVD-Rohlinge und ein blaues Laser-System für Blu-Ray Medien. Mit den drei Systemen und den Funktionen Tilt Control System, SolidBurn und WriteRight verfügt der Blu-Ray-Brenner über alle erforderlichen Voraussetzungen, um beste Schreib- und Leseigenschaften bei Blu-Ray mit gleichzeitiger Kompatibilität zu herkömmlichen DVDs und CDs zu vereinen. Der BW1000 unterstützt das Abspielen und Aufnehmen von Blu-Ray Rohlingen bis zu 25 GB auf Single-Layer und bis zu 50 GB auf Double-Layer-Rohlingen. Es ist möglich, auf einem Single-Layer-Rohling Videos bis zu zwei Stunden HDTV oder mehr als 13 Stunden in normaler Fernsehaufklärung zu speichern. Ein Blu-Ray Rohling bietet den fünffachen Speicherplatz einer herkömmlichen DVD



und ermöglicht auf Blu-Ray die volle Darstellung von Filmen, die von HD Camcordern mit 1080p aufgenommen werden. Das Gerät verfügt über LEDs, die anzeigen, ob ein Blu-Ray-, ein DVD- oder ein CD-Rohling im Gerät liegt. So weiß der Anwender jederzeit, mit welchem Rohling er arbeitet.

PoS Aktuell

Metz Hausmesse 2006

Traditionell nah am Kunden ist die Premium-Marke Metz wieder mit ihren Hausmessen. An 13 verschiedenen Standorten gibt Metz seinen Fachhandelspartnern – und denen, die es werden wollen – insgesamt 25 Tage Gelegenheit, die Neuheiten, das Sortiment und die Metz Fachhandelsaktivitäten kennenzulernen. Termine und Veranstaltungsorte: 29./30.8., Kamen, Park Inn Kamen, Kamen Karree 2 – 3, 59174 Kamen; 30./31.8., Hamburg, Hotel zur Windmühle, Hauptstraße 99, 22145 Stapelfeld b. Hamburg; 6.9., Zella, Hotel Bechtel, Vor der Brücke 4, 34628 Zella; 6./7.09., Potsdam, Landhotel Potsdam, Reiherbergstraße 33, 14476 Potsdam-Golm; 6./7.9., Oldenburg, Etzthorner Krug, Butjadinger Straße 341, 26125 Oldenburg; 12./13.9., Seligenstadt, Hotel Columbus, Am Reitpfad 4, 63500 Seligenstadt-Froschhausen.

Sony Deutschland mit neuer Leitung Presse und PR

Silke Bernhardt hat zum 1. Juli die Leitung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit bei der Sony Deutschland GmbH übernommen. Die Diplom-Politologin kommt von ProSieben, wo sie von 2000 bis 2003 im Bereich Programm-PR und seit 2003 in der Unterneh-



menskommunikation des Senders tätig war. Zuvor arbeitete sie drei Jahre als PR-Beraterin bei Burson Martsteller, Agentur für Public Relation, in Hamburg. Bernhardt berichtet in ihrer Funktion direkt an Oliver Kaltner, Divisional Director Consumer Marketing der Sony Deutschland GmbH. Verstärkt wird das PR-Team durch Marthe Leppin, die zum 15. Juli als Senior PR Manager zu Sony Deutschland wechselte. Die 29jährige Diplom-Kommunikationswirtin kommt von der Coca Cola Erfrischungsgetränke AG, wo sie seit 2003 als Sales Communication Manager tätig war.

Metz ist offizieller Partner des Porsche-Tennis-Grand-Prix

Der Porsche-Tennis-Grand-Prix in Stuttgart zählt seit Jahren zu den herausragenden Turnieren. Wieder mit dabei ist Metz, die deutsche Premium-Marke für Fernsehgeräte. Vor und hinter den Kulissen setzen erstklassige LCD-TVs jedes Match in Szene. Nach der langjährigen, sehr erfolgreichen Partnerschaft der beiden Premium-Marken, freut man sich in diesem Jahr auf ein ganz besonderes Ereignis. Der Publikums-magnet der Tennisszene präsentiert sich vom 30.9. bis zum 8.10. mit Superstars wie der aktuellen Nummer eins und Wimbledon-Siegerin Amélie Mauresmo in der neuen Porsche-Arena. Die supermoderne

Multifunktionshalle glänzt dabei mit spektakulärem Tennis und höchstem Komfort für Zuschauer und Spielerinnen. Daher werden an zahlreichen Punkten im öffentlichen Bereich und hinter den Kulissen modernste Metz LCD Fernseher installiert. So läßt sich das aktuelle Geschehen auf den Courts überall verfolgen, und Zuschauer wie Teilnehmer sind bestens informiert.

Für Markus Günthardt, Turnierrichter des Porsche-Grand-Prix, ist es eine Selbstverständlichkeit, sich hierbei auf die Top-Fernsehgeräte von Metz zu verlassen, hat man als deutscher Hersteller von Premium-Marken doch gleiche Wertvorstellungen: „Unsere Partner müssen natürlich dem Qualitätsprofil und dem Markenverständnis von Porsche entsprechen. Insofern ist Metz für uns die erste Wahl.“

Canon Roadshow im September

Canon tourt im September mit einer Roadshow durch vier deutsche Städte, um dem Fotohandel Gelegenheit zu geben, sich direkt über die neuesten Produkte und Dienstleistungen des Unternehmens zu informieren. Die Termine lauten: 11.09., Stuttgart, Maritim; 14.9. Berlin, Schloß Charlottenburg; 18.9. München, Arabella Sheraton, und 21.9. Hamburg, Elysee. Aufgrund der photokina, die vom 26.9. bis 1.10. in Köln stattfindet, entfällt die Roadshow am Standort Düsseldorf/Neuss. Die Online-Anmeldung ist unter www.canon.de/roadshows möglich.

Vier Werbespots zeigen Nutzen von Handy-TV

Eine Gruppe technikbegeisterter Studenten der Europa Fachhochschule Fresenius Köln für Medien und Wirtschaft hat einen universell einsetzbaren Werbespot produziert, der für Mobiles Fernsehen begeistern soll. debitel hat sie bei der Umsetzung unterstützt. „Wir sind beeindruckt von der Qualität der vier Kurzfilme und präsentieren das Ergebnis gerne auf unserer Website“, sagte Dr. Christian Friege, Vorstand Kundenbeziehungen bei debitel. „In den vier Werbespots werden die unterschiedlichen Nutzer-szenarien anhand einer vierköpfigen Familie beispielhaft dargestellt“, erklärte Ulrich Theilmann, Projektleiter und Ansprechpartner der Website www.hosentaschenwelt.de. Die Protagonisten gehen in Haus und Garten einer bestimmten Tätigkeit nach und bedienen sich dabei der Hilfe ihrer Fernseh-Handys: Während der Vater die neuesten Wirtschaftsnachrichten anschaut, informiert sich die Mutter mit Hilfe einer Kochshow im Fernsehen über die Fleischzubereitung auf dem Gartengrill. Der Sohn mäht den Rasen und unterbricht seine Arbeit, um sich den Zwischenstand eines Fußball-Spieles anzusehen. Einzig die Tochter sonnt sich relaxt im Garten und schaut ein Musikvideo. „Die Studenten haben die Vorzüge des Mobilen Fernsehens auf den Punkt gebracht“, meinte Friege, „Vorteile wie Mobilität und Flexibilität in der Nutzung von Information und Unterhaltung werden in den Spots einleuchtend und in pointierter Weise aufgezeigt.“ Acht Wochen nach dem Marktstart des Mobilen Fernsehens in Deutschland zeigte sich Friege sehr erfreut darüber, daß der weitere Netzausbau planmäßig voranschreitet. Für Anfang September ist der Start in den Städten Dortmund, Hamburg, Hannover, Gelsenkirchen, Saarbrücken und Leipzig geplant.

„Masterpiece“: Samsung SyncMaster 971P

Vergangen sind die Zeiten, als ein Computer-Monitor lediglich flach zu sein brauchte, um Experten und Anwender mit seinem „modernen Design“ zu begeistern. Flache TFT/LCD-Monitore sind heute der Standard. Die Bestückung mit hochwertigen LCD-Panels, der Einsatz neuester Technologien und die Verfügbarkeit analoger wie digitaler Schnittstellen sind inzwischen Grundvoraussetzungen, um im Markt bestehen zu können. Kontinuierliche Überproduktion läßt die Margen schwinden. Doch mit gutem und unverwechselbarem Design lassen sich weiterhin Nachfrage und Handelsspanne generieren. Für das wirklich Besondere ist der Kunde noch immer bereit, sein gutes Geld auszugeben, falls gefragt, auch etwas mehr als sonst üblich. Mit seiner spezifischen Konzeption trägt der neue 19 Zoll SyncMaster 971P von Samsung genau dieser Marktlage Rechnung.

Der Design-Monitor

Die Aufgabe, ein Flachdisplay mit harmonischer und funktioneller Linienführung zu entwerfen und ihm zugleich eine unverwechselbare und attraktive Form zu geben, bereitet auch begabten Industrie-Designern erhebliche Schwierigkeiten. Denn im Gegensatz zu früheren voluminösen Gehäusen besteht ein Flachbildschirm nur aus Bildfläche, möglichst schmalem Gehäuserahmen, hinterer Abdeckung und Standfuß. Da bietet sich wenig Substanz für die exklusive Handschrift des Gestalters an, wenn man nicht zu nutzlosen Arabesken zurückkehren möchte.

Der Spagat zwischen funktionaler Formgebung, elegantem Design und emotionaler Ansprache ist den Samsung Entwicklern beim SyncMaster 971P besonders gut gelungen: Der asymmetrische Fuß des Monitors bestimmt aus jedem Blickwinkel maßgeblich die optische Wirkung des Geräts und ist das exklusive Erkennungszeichen des Gesamtprodukts. Deshalb konnte der Bildrahmen für optimale Funktionalität sachlich und schlank gehalten werden. Die hintere Geräteabdeckung wirkt, stromlinienförmig optimiert, auch für sich allein angenehm und läßt ihre eigentliche Aufgabe als Geräterückseite in Vergessenheit geraten. Das macht den Samsung SyncMaster 971P auch für die Aufstellung in repräsentativen Bereichen geeignet, wo das Publikum, der Besucher, die Kundschaft, selten den Bildschirm, aber immer seine Rückseite zu sehen bekommen. Die Oberfläche des Design-Monitors ist im hochglänzenden, makellosen Klavierlack-Look gehalten und wird wahlweise in tiefschwarzer oder reinweißer Ausführung angeboten.

Universelle Flexibilität beim Einsatz des Displays bietet die Pivotfunktion des SyncMaster 971P: Mit Hilfe des höhenverstellbaren Dreifachgelenkfußes „MagicStand“ läßt sich die Bildfläche durch „MagicRotation“ um 90 oder 180 Grad drehen und bis zu 135 Grad nach hinten neigen.

Eine mitgelieferte Software sorgt dafür, daß Bildinhalte dabei automatisch ihre natürliche Position behalten. Die Anschlußkabel für Signal- und Stromzuführung werden auf der Rückseite verdeckt geführt.



Der Design-Monitor Samsung 971p mit hochglänzender Klavierlack-Oberfläche wird wahlweise in tiefschwarzer oder reinweißer Ausführung angeboten.

Mit der ansprechend gestalteten Rückseite ist der Samsung SyncMaster 971P auch für die Aufstellung in repräsentativen Bereichen geeignet.

Innen: Hochklassige Technik

Die „Inneren Werte“ des SyncMaster 971P halten das Versprechen des

äußeren Designs: Die kurze Reaktionszeit von nur sechs Millisekunden (G/G) macht das Display optimal für die Darstellung dynamisch bewegter Bildinhalte geeignet, wie sie bei Action-Filmen, Sportübertragungen und 3D-Bildschirmspielen die Regel sind. Das hochwertige PVA-Panel erreicht ein Kontrastverhältnis von 1.500:1 und einen Helligkeitswert von 250 cd/m². Die weiten Betrachtungswinkel von horizontal wie vertikal 178 Grad garantieren scharfe und farbstarke Bildeindrücke aus unterschiedlichsten Blickrichtungen. Für digitale Signalzuführung mit höchstmöglicher Bildqualität steht ein DVI-I Eingang bereit, der auch den Anschluß analoger VGA-Signalquellen ermöglicht (D-sub). Ein USB-Hub mit 1x Upstream und 2x Downstream vereinfacht den Anschluß von USB-Peripherie-Geräten an den PC. Der Anwender kann z. B. seinen USB-Stick direkt am Monitor einstecken, ohne nach einer Buchse am PC suchen zu müssen. Der SyncMaster 971P paßt genauso gut in eine Arbeitsumgebung wie ins Home Office oder den repräsentativen Bereich und soll im Laufe des Monats August 2006 auf dem europäischen Markt eingeführt werden. Sein Verkaufspreis stand bei Redaktionsschluß noch nicht fest.

evo



Der höhenverstellbare „MagicStand“ kann die Bildfläche durch „MagicRotation“ um 90 oder 180 Grad drehen und bis zu 135 Grad neigen.

40%

Ihrer Kunden* wünschen sich große Tasten, einfache Bedienung und ein gut lesbares Display. Empfehlen Sie der Generation 50+ das Gigaset E360.

*Quelle: Statistisches Bundesamt:
40% der Deutschen sind über 50 Jahre alt



Gigaset Neuheit

www.siemens-partnerinfo.de

e/home Kongreßprogramm 2006

Mehrwert und Nutzen kommunizieren

Am 19. und 20. Oktober bietet die e/home – Internationale Messe und Kongreß für vernetztes Wohnen mit einem umfangreichen Kongreß- und Workshop-Programm innovative Anreize und Ideen für das Fachpublikum.

Thematisch orientiert sich das e/home Veranstaltungsprogramm 2006 an den nationalen und internationalen Marktentwicklungen. Wie können Mehrwert und Nutzen vernetzter Anwendungen eindeutig in Richtung Endverbraucher kommuniziert werden? Welche Anwendungen werden sich durchsetzen und wie können sie einfach bedienbar gehalten werden? Diese und andere Fragen werden in einer internationalen Eröffnungsveranstaltung und sechs verschiedenen Kongreß-Panels aus verschiedenen Branchenperspektiven betrachtet. Besonders beleuchtet werden dabei die Vernetzungstrends in der Wohnungs-

und Bauwirtschaftstechnik, im Bereich Telemedizin und Energiemanagement. Die aktuellen internationalen Projekte und Entwicklungen, die den Heimvernetzungsmarkt anführen, werden zu Beginn des Kongreßprogramms vorgestellt. Im Vordergrund stehen die Kernmärkte Asien, Nordamerika sowie Europa. Hochkarätige Redner werden die Trends und Schwerpunkte in den verschiedenen Märkten sowie aktuelle Projekte präsentieren. Darüber hinaus gibt es exklusive Einblicke in das „InHaus II“ des Fraunhofer Instituts für Mikroelektronische Schaltungen und Systeme IMS und seine Partner. Es handelt sich dabei um die Fortführung des erfolgreichen Duisburger Pilotprojekts, für das noch in diesem Jahr der Grundstein gelegt wird.

Sechs Panels

Insgesamt wird es im Rahmen des Kongresses sechs Veranstaltungs-Panels geben. Das Panel

„Automatisieren und Steuern“ thematisiert die neuen Entwicklungen moderner Gebäudetechnik im privaten Bereich. Diskutiert werden dabei aktuelle Fragen zum Energiemanagement sowie die Verbindung von Multimedia, Home Entertainment und Gebäudeautomation zu einem Gesamtsystem. Das Panel „Informieren und Unterhalten“ befaßt sich insbesondere mit der Vielfalt an Content-Angeboten für das vernetzte Heim. Dabei wird nicht nur auf die bereits vorhandenen Programme eingegangen, sondern vor allem auf die hochwertigen HD Contents, die nunmehr verfügbar sind. Als Referenten konnten Dr. Thomas Sporer (Fraunhofer Institut für digitale Medientechnologie IDMT), Werner Fehn (develo) sowie Andres Edlund (Bluetooth SIG, Schweden) und Kai Froese (Nokia Multimedia) gewonnen werden. Moderiert wird das Panel von Dr. Georg Lütke, Philips Consumer Electronics Deutschland. Unter der Leitung von

Michael Sandrock, Geschäftsführer Telematics Pro, beschäftigt sich das Panel „Sicherheit und Gesundheit“ mit den neuen Möglichkeiten der Vernetzungstechnik im Bereich des Gesundheitswesens. Innovative Konzepte für das Wohnen im Alter sowie erste Geschäftsmodelle werden anhand von Elite Care, einem aktiven familienbezogenen Pflegekonzept in einer Senioreneinrichtung, und Domotik, einer Möglichkeit zur Unterstützung ambulanter pflegerischer Prozesse, vorgestellt. Mit dem Trend, moderne Gebäudetechnik in der Wohnungswirtschaft anzuwenden und damit neue Wohnstandards mit Hilfe der Vernetzungstechnik zu schaffen, befaßt sich das Panel „Planen und Bauen“. Im Rahmen des e/home Kongresses 2006 bildet dieses Panel den Schwerpunkt und wird als ganztägige Veranstaltung am 20. Oktober angeboten. Vorgelegt werden neben nationalen Projekten wie „Smarter Wohnen NRW“ und dem Modellprojekt

„Hammer Park“ Bochum auch internationale Projekte aus Großbritannien, Ägypten und den Niederlanden. Welche Anwendungen sinnvoll sind und wo die Präferenzen beim Konsumenten liegen, erörtert das Panel „Technik und Benutzerfreundlichkeit“. Es wird eine Übersicht zu im Markt und in Vorbereitung befindlichen Bedienkonzepten geben. An der Diskussion zum Thema werden sich ebenfalls zahlreiche Experten beteiligen. Einen Blick in die Zukunft wird das Panel „Trend und Entwicklungen“ bieten. In diesem Panel kommen Experten aus Wissenschaft und Forschung zu Wort und werden neue Technologien und Innovationen sowie Einsatzmöglichkeiten und Vermarktungschancen diskutieren. Das vollständige e/home-Kongreßprogramm mit allen Details zu den Themen und Referenten sind im Kongreßflyer der e/home enthalten und können unter www.ehome-berlin abgerufen werden. *miz*

ARCHOS PRÄSENTIERT MOBILE VIDEOPLAYER DER 4. GENERATION

Archos stellt eine neue Serie mobiler Videoplayer mit Speicherkapazitäten zwischen 30 und 160 GB vor. Laut Aussagen des Herstellers zählen die Produkte der 4. Generation zu den leichtesten und schmalsten in diesem Segment.

Zu der aktuellen Produktserie gehören unter anderem der neue Archos 404 und Archos 604 Videoplayer sowie eine DVR (Digital Video Recording Station). Mit der DVR Station können Aufzeichnungen programmiert werden und das laufende Fernsehprogramm direkt aufgezeichnet

werden. Dabei kann dem Gerät als Aufzeichnungsquelle ein DVD-Player, Videorecorder oder ein Satellitenreceiver dienen. Die neuen Archos 404 und 604 Videoplayer bieten 30 GB Speicherkapazität. Damit bieten sie genügend Platz für 85 Spielfilme, 130 Stunden Video, 300.000 Fotos oder 15.000 Songs. Der Archos 404 ist, laut Aussage des Herstellers, in seiner kompakten Bauweise (10 x 7,7 x 1,5 cm; 190 Gramm) und einer unverbindlichen Preisempfehlung von 299 Euro einer der schmalsten und günstigsten portablen Videoplayer auf dem Markt. Der Player ist mit einem übersichtlichen 3,5" LC-Farbdisplay ausgestattet. Beim

Archos 604 kommt sogar ein Widescreen-Display mit einer Bildschirmdiagonale von 4,3" zum Einsatz. Darüber hinaus befinden sich im Lieferumfang des 604 austauschbare Akkus und ein Klappfuß, mit dem das Gerät auf jeder Ebene standhaft bleibt. Mit Maßen von 13 x 7,8 x 1,6 cm wiegt der Archos 250 Gramm. Der empfohlene Verkaufspreis lautet 349 Euro. Sowohl der Archos 404 als auch der Archos 604 sind zu einer Vielzahl von Internetseiten und -diensten kompatibel. Darüber hinaus unterstützen beide Geräte zahlreiche Audio- und Videoformate wie MPEG-4, WMV, geschützte WMV Dateien in DVD-Qualität, MP3, Protected WMA und WAV Dateien. Alle portablen Videoplayer von Archos werden mit einem USB-Kabel und einer Schutztasche ausgeliefert und sind seit August lieferbar.

„Unsere beiden neuen Produkte der Archos 404 und Archos 604, sind die ersten aus der Serie unserer 4. Generation. Wir freuen uns sehr darauf, die Endkunden mit unserer völlig neuen, aufregenden Produktstrategie zu begeistern“, so Henri Crohas, Gründer und



Der neue Videoplayer Archos 604 ist mit einem Widescreen-Display mit einer Bildschirm-Diagonale von 4,3" ausgestattet. Wie der kleinere Bruder Archos 404 hat er eine Speicherkapazität von 30 GB.

CEO von Archos. „Dank des großen Angebotes an Inhalten und Services seitens unserer Partner, der besten Displaytechnologie der Branche und einem unschlagbaren Preis-/Leistungsverhältnis.“

Passendes Zubehör

Zu den neuen Geräten kündigt Archos auch eine ganze Palette an Zubehör an. Neben der DVR Station gibt es auch einen neuen Docking Adapter für besonders schnelles Aufladen des Players. Dieser ist mit einem USB-Hostanschluß ausgestattet. Somit können ohne PC-Einsatz Daten von Fotoapparaten, Camcordern und anderen USB-Geräten über-

tragen werden. Weitere Accessoires drehen sich um die Verbindung der Geräte, wenn man unterwegs ist. Dazu gehört ein DVR Travel Adapter, mit dem man jederzeit und überall vom Fernseher aufzeichnen kann. Ein Mini-Stereo-Cinema-System sorgt für Unterhaltung und besten Sound. Über ein A/V-Kabel kann Content, der sich auf dem Gerät befindet, auch auf einem Standard-Fernseher gezeigt werden. Auch der Mini Camcorder, der am Kopf getragen werden kann und seine Premiere im letzten Jahr mit dem Archos AV 500 feierte, ist wieder da und verhilft zu Hunderten von Stunden Aufzeichnungsdauer – ganz ohne Einsatz der Hände. *miz*



Mit der neuen Archos DVR (Digital Video Recording Station) können Videos oder das Fernsehprogramm direkt auf die neuen mobilen Videoplayer aufgezeichnet werden. Das Gerät muß lediglich an einen Fernseher (mit SCART-Anschluß), DVD-Player, Videorecorder oder Satellitenreceiver angeschlossen werden.

POS Aktuell

Online-Partner von mobilcom erhalten höhere Provisionen

mobilcom investiert in seine Online-Partner: Wer jetzt über seine Internetseite Mobilfunk-Kunden an mobilcom vermittelt, bekommt dafür ab sofort stark verbesserte Provisionen. mobilcom bietet seinen registrierten Online-Partnern künftig ein verbessertes Paket aus Service, Provisionen sowie attraktiven und wettbewerbsfähigen mobilcom-Produkten. Gab es bisher pro vermitteltem Vertragskunden bis zu 70 Euro Provision, werden jetzt je nach Wertigkeit des Tarifs bis zu 120 Euro je Neukunde ausgeschüttet. Darüber hinaus bekommen besonders aktive Partner nach dem neuen Provisionsmodell einen gestaffelten Mengenbonus, der bereits ab sechs vermittelten Kunden greift. Bislang lag diese Grenze bei 16 Verträgen. „Das Online-Partner-Programm hat sich für unser Unternehmen zu einem werthaltigen Vertriebsweg entwickelt“, sagte Stephan Brauer, mobilcom-Geschäftsführer und Leiter des Produktmanagements. „Deshalb werden wir den Bereich Affiliate-Marketing, der zunehmend an Bedeutung gewinnt, künftig auch in unseren Online-Auftritt www.mobilcom.de integrieren.“ Weitere Infos gibt es unter www.smartpartner.de.

E-Plus startet neue Option für Maschinenkommunikation

Ab sofort steht Geschäftskunden von E-Plus ein neues übersichtliches und kostengünstiges Tarifmodell für die Datenkommunikation von Maschinen (M2M) zur Verfügung. Die „E-Plus M2M Data Optionen“ machen den Informationsaustausch zwischen stationären und mobilen Geräten ab 1,50 Euro monatlichem Grundpreis für die Option möglich. Die neuen Tarifoptionen eignen sich laut Anbieter für die unterschiedlichsten Einsatzberei-

che – von der Flottensteuerung über Zählerabfragen und Störungsinformationen bis zum Absetzen automatischer Notrufe. Beispielsweise lassen sich mit den „E-Plus M2M Data Optionen“ kostengünstig Warenbestände in Lagerhäusern zwischen Computern abgleichen oder Beladungszustände und Standorte abfragen. Je nach Anforderung kann der Geschäftskunde zwischen vier „E-Plus M2M Data Optionen“ wählen. Die Basis ist die „M2M Data 1“ für 1,50 Euro monatlichem Grundpreis und 1 MB Inklusiv-Volumen. Kunden, die größere Inklusiv-Volumina benötigen, können zwischen „M2M Data 2,5“ und „M2M Data 5“ wählen. Die „M2M Data 2,5“ liegt bei 2,50 Euro im Monat inklusive 2,5 MB, die „M2M Data 5“ mit fünf MB Inklusiv-Volumen bei vier Euro monatlichem Grundpreis. Für Unternehmen mit größerem Datentransferbedarf hat E-Plus die „M2M Data 10“ im Angebot. Diese Option hat ein Inklusiv-Volumen von zehn MB und kostet monatlich sechs Euro. Alle M2M Data Optionen bieten eine kilobyte-genaue Abrechnung an. Voraussetzung für die Nutzung der neuen Optionen“ ist ein E-Plus Laufzeittarif.

Neben den neuen Tarifoptionen können Unternehmen nach wie vor den „M2M Card Tarif“ buchen. Bei einem monatlichen Grundpreis von 3,41 Euro liegen die Minutenpreise für die Datenübertragung bei 0,17 Euro von E-Plus zu E-Plus und 0,09 Euro ins inländische Festnetz. Darüber hinaus bietet der „M2M Card Tarif“ eine SMS-Option zu vier Euro im Monat. Diese Option macht Kurznachrichten zum Preis von 0,015 Euro (1. bis 2.500. SMS) und 0,07 Euro (ab der 2.501. SMS) innerhalb des E-Plus Netzes möglich. Ohne die SMS-Option beträgt der SMS-Preis innerhalb des E-Plus Netzes 0,07 Euro.

Sven Sönksen leitet den Talkline Geschäftsbereich Produktmanagement

Sven Sönksen hat die Position des Geschäftsbereichsleiters Produktmanagement bei Talkline übernommen. Er verantwortet damit zukünftig alle Produktbereiche des Mobilfunkanbieters. „Mit Sven Sönksen haben wir diese wichtige Position mit einem profunden Kenner des Mobilfunkmarktes mit großer Berufserfahrung besetzen können“, sagte Alexander M. Dahlke, Talkline Geschäftsführer und Chief Marketing Officer. „Dies ist um so wichtiger, als wir uns vielen neuen Herausforderungen in diesem dynamischen Markt stellen müssen.“ Als Fachbereichsleiter Produktmanagement Geschäftskunden war Sven Sönksen in den letzten Jahren bei Talkline verantwortlich für die Entwicklung und Steuerung des Geschäftskundenportfolios über die entsprechenden Vertriebs- und Kommunikationskanäle. „Vor dem Hintergrund meiner langjährigen Erfahrung im Produktmanagement freue ich mich auf die neuen Aufgaben“, meinte Sönksen, der außerdem bis 2002 die Position des Fachbereichsleiters Business Development bei Talkline besetzte. Zuvor war er im Produktmanagement Festnetz für den Bereich Geschäftskunden sowie im Controlling von Talkline tätig. Vor seiner Tätigkeit bei Talkline war Sönksen bereits mehrere Jahre beim Hamburger Otto Versand GmbH & Co. sowie bei der ebenfalls in Hamburg ansässigen Beiersdorf AG beschäftigt.

klarmobil.de verlängert Sparaktion bis Jahresende

Der Mobilfunk-Discounter klarmobil.de verlängert seine Sparaktion bis zum Jahresende. Im Langtelefonierer-Tarif bleibt der Minuten- und SMS-Preis rund um die Uhr in alle deutschen Netze bei 14 Cent (statt 15 Cent). Telefonate zwischen klarmobil.de-Kunden kosten bis Jahresende vier Cent pro Minute. Im Normaltelefonierer-Tarif mit 60/10-Taktung kostet die Telefonminute rund um die Uhr in alle deutschen Netze auch weiterhin 17 statt 18 Cent. Unter klarmobil.de-Kunden kostet hier ein Gespräch fünf Cent. Interessant dürfte für viele der SMS-Preis von zwölf Cent (statt 13 Cent) in alle deutschen Mobilfunknetze sein. Alle Preise gelten während des gesamten Aktionszeitraums bis zum 31. Dezember. „Spezielle Konditionen, die uns der Netzbetreiber bis zum Jahresende gewährt, geben wir direkt an unsere Kunden weiter“, betonte Geschäftsführer Hartmut Herrmann. „So bleibt klarmobil.de dank seines fairen Postpaid-Modells ohne Vertragsbin-

dung und teure Fixkosten sowie dem Qualitäts-D-Netz auch weiterhin eine der günstigsten Alternativen im Mobilfunk-Markt.“

Jörn Husted wird neuer Geschäftsführer bei Dangaard Telecom

Mit Wirkung zum 1. Oktober tritt Jörn Husted die Position als Geschäftsführer der Dangaard Telecom Germany an. Er zeichnet verantwortlich für die Bereiche Einkauf, Vertrieb und Marketing und wird sich neben Stefan Duelli um die Geschäftsbelange des Unternehmens kümmern. Der 45jährige Däne tritt in Trier die Nachfolge des bisherigen Unternehmensverantwortlichen Michael Möller an. Möller wird nach fünf Jahren erfolgreicher Arbeit in seine Heimat zurückkehren und dort seine im deutschen Markt gesammelten Erfahrungen zukünftig als Geschäftsführer der Dangaard Telecom Dänemark einbringen.



Jörn Husted

Mit Husted verstärkt ein erfahrener Dangaard Manager und Branchenkenner die Geschäftsleitung bei Dangaard Telecom Germany. Der Betriebswirt startete seine Karriere bei der dänischen Retailkette Danish Supermarket, ehe er vor sieben Jahren zu

Dangaard Telecom wechselte. Dort übernahm er die Stelle als Geschäftsführer der dänischen Dangaard Niederlassung und verhalf dem Unternehmen in kürzester Zeit zu einer souveränen Marktposition mit einem signifikanten Marktanteil. „Deutschland hat ähnlich wie Dänemark einen sehr hohen Stellenwert innerhalb der Dangaard Gruppe. Mein Ziel ist es, die bereits gefestigte Marktstellung zu verteidigen und durch neue Denkansätze weiter auszubauen. Im Fokus steht eine schnelle Weiterentwicklung bestehender und neuer Geschäftsbereiche, von der vor allem unsere Partner profitieren sollen. Besonderes Augenmerk gilt hierbei dem Smartphone Segment, innerhalb dessen wir bereits in anderen Ländern wesentliche Erfolge verzeichnen konnten“, erklärte Husted.

my-eXtra führt T-Com als Kommissionsware ein

my-eXtra bietet ab sofort alle T-Com Geräte mit 28stelliger Seriennummer als Kommissionsware an. Damit erweitert der Baiersdorfer Telekommunikationsdistributor Brodos seinen Geschäftsbereich my-eXtra auch im Festnetzbereich um Kommissionswareangebote. „Wir freuen uns, mit T-Com endlich auch im Festnetzbereich Kommissionsware anbieten zu können und dadurch unseren Distributionsauftrag voll wahrzunehmen“, stellte Matthias P. Engelke, Geschäftsbereichsführer my-eXtra Vertrieb, fest. „Egal, ob große oder kleine Händler – my-eXtra mindert somit für alle Kunden das unternehmerische Risiko.“ Nicht nur die my-eXtra Franchisepartner, sondern alle Händler profitieren von den Vorteilen der my-eXtra Kommissionsware.

Dies sind:

- alle Geräte als Kommissionsware zu null Euro bestellen
- freischalten mit allen originalen Netzen
- 24 Stunden pro Tag selbst abrechnen im Brodos.net
- tägliche Auszahlung der Provisionen.

SIEMENS

X%

sind für Sie drin! Sichern Sie sich Ihren Anteil am Markt mit 5,5 Mio. DECT-Telefonen und einem Umsatzvolumen von 325 Mio. Euro*.

*Quelle: GfK für 2005, Schnurlostelefone im freien Handel



Gigaset Potenzial

www.siemens-partnerinfo.de

Dieter Koßmeier wird Leiter Vertrieb Handel bei The Phone House

Dieter Koßmeier ist neuer Leiter des Geschäftsbereiches Vertrieb Handel bei The Phone House. Er übernahm die Position zum 1. August von Matthias Groher, der die Aufgabe als selbständiger Berater seit dem 1. März kommissarisch innehatte. Koßmeier ist seit über neun Jahren bei The Phone House tätig, zuletzt als Leiter Netzbetreibermanagement & Einkauf. Auch in seiner neuen Position berichtet er weiterhin direkt an Reinhard Krause, Geschäftsführer Vertrieb Handel bei The Phone House. Durch die interne Besetzung der Position sei sichergestellt, daß die strukturelle und strategische Ausrichtung des Geschäftsbereiches Vertrieb Handel wie geplant fortgesetzt werde, hieß es in einer



Dieter Koßmeier

Pressemitteilung. Dazu gehöre unter anderem, Synergien zwischen den Vertriebskanälen zu verbessern und Partner noch umfassender zu betreuen.

„The Phone House ist ein verlässlicher Partner für den Handel, der auf Kontinuität setzt“, so Krause. Groher wird The Phone House weiter beratend zur Verfügung stehen und wichtige Vertriebsprojekte weiter betreuen, unter anderem die Expansion in Richtung Fotohandel.

Talkline modernisiert sein Möbelkonzept

Talkline modernisiert sein Möbelkonzept für den Fachhandel. „Dabei werden alle Stores, die wir neu eröffnen, entsprechend dieses Konzeptes ausgestattet – außerdem werden wir bestehende Stores nach Bedarf erneuern. Allein in diesem Jahr werden das rund 40 sein“, erläuterte Stefan Vidos, Vertriebsleiter Fachhandel bei Talkline. „Die Shops präsentieren sich dabei in komplett neuem Design und neuer Ausstattung. So werden nicht nur modernste Präsentationstechniken eingesetzt, sondern auch die Verkaufsräume heller und moderner gestaltet.“

Erster Shop im neuen Design ist der Talkline Store in Elmshorn, im Hauptgebäude des Unternehmens am Talkline-Platz. „Der Talkline Store in Elmshorn spielt eine besondere Rolle für uns“, sagte



Das sogenannte Multimedia-Modul ist das Schmuckstück des neuen Store Designs: Auf einem großen Flatscreen können die neuesten technologischen Entwicklungen im Bereich UMTS oder Mobiles Internet vorgeführt werden.

Vidos. „Dieser Store dient als Vorbild, damit bestehende und zukünftige Vertriebspartner sehen, welche Möglichkeiten sie mit dem neuen Talkline Store-Konzept haben. Unsere Partner werden damit von einer modernen und

extra auf die Kommunikationsbranche zugeschnittenen Verkaufsausstattung profitieren.“

In Elmshorn wurde in den vergangenen Wochen die neue Shopausstattung einem Praxistest unterworfen, und die Ergonomie, die Staumöglichkeiten und die Benutzerfreundlichkeit wurden getestet. Insgesamt belaufen sich die Kosten pro neu gestaltetem Shop auf mehrere 10.000 Euro. Hierbei werden diverse neue Shop-Module integriert und ganz nach Lage und Shopgröße zusammengestellt.

„Schmuckstück ist dabei das sogenannte Multimedia-Modul: ein großer Flatscreen, auf dem die

Blick von allen Seiten möglich. Neu konzipiert wurden außerdem die Handypräsentier, die deutlich mehr Geräten als bisher Platz bieten; Talkline will damit der gestiegenen Vielfalt an Handys Rechnung tragen. Die anderen Shop-Module orientieren sich an den verschiedenen Produktgruppen wie Prepaid oder Mobilfunk-Zubehör.

Die verwendeten Grundfarben sind Rot, Weiß sowie Silbergrau, die Alufontblenden sollen Leichtigkeit mit Modernität verbinden. In alle Module wurde ausreichender Stauraum integriert, so daß ein gesondertes Lager nicht mehr nötig ist – viele Shops erhalten



Bild oben: In komplett neuem Design und mit vollkommen neuer Ausstattung sollen sich demnächst die Talkline Stores im Fachhandel präsentieren. Bild unten: Der neugestaltete Handypräsentier soll einen der Anziehungspunkte in den neuen Talkline Stores darstellen.



Stefan Vidos



Klaus Mayerhanser

neuesten technologischen Entwicklungen im Bereich UMTS oder Mobiles Internet vorgeführt werden können“, erläutert Klaus Mayerhanser, Leiter Vertrieb Konzept und Koordination und verantwortlich für die Umgestaltung der Shops. Hinzu kommt die wichtige Hardware-Vitrine, in der stets die neueste Generation Mobiltelefone präsentiert wird – dabei ist ein

dadurch mehr Verkaufsfläche. „Wichtig war uns, daß sich in einer modernen, hellen und freundlichen Optik auch die Veränderungen auf dem Mobilfunkmarkt widerspiegeln“, so Mayerhanser. „Gleichzeitig sollte sie aber nicht nur schön sein, man muß auch darin arbeiten können – und das kann man nach den ersten Erfahrungen sehr gut.“

Neuheiten

Vodafone präsentiert zweites Vodafone live! Broadband-Handy

Mobil Vier Wochen nach dem Verkaufsstart des ersten UMTS-Broadband-Handys hat Vodafone mit dem Samsung Z560V das zweite Vodafone live! UMTS-Broadband-Handy vorgestellt. Das Gerät hat mehr als nur schickes Design zu bieten. Mit dem Datenturbo UMTS-Broadband setzt es neue Maßstäbe bei multimedialen Möglichkeiten durch schnellere Übertragungsraten von bis zu 1,8 Mbit/s. Mit Leichtigkeit bietet das kleine schwarze Klapphandy die Turbogeschwindigkeiten von UMTS-Broadband. In dem kompakten Gehäuse verbirgt sich aber nicht nur Datenpower: Die Zwei-Megapixel-CMOS-Digitalkamera mit einer Auflösung bis zu 1.600 x 1.200 Pixel, digitaler Dreifach-Zoomfunktion und Autofokus bringt Bilder mit bis 262.144 Farben zur Geltung. Auch Musikdateien und Spiele haben ausreichend Platz: Das Samsung Z560V verfügt über



einen internen Speicher von 30 MByte und bietet die Möglichkeit, durch microSD Speicherkarten die externe Speicherkapazität zu erweitern. Eine 64 MByte microSD-Karte ist im Lieferumfang enthalten. Vielfältige Telefon- und Office-Funktionen runden die Ausstattung des Samsung Z560V ab. Die Datenübertragung ist mit dem Samsung Z560V sowohl über USB-Kabel als auch kabellos über eine Bluetooth-Schnittstelle möglich. Das Z560V beweist zudem Durchhaltevermögen: Ein 900 mAh Akku garantiert nach Angaben von Vodafone eine Stand-by-Zeit von bis zu 375 Stunden und eine Gesprächszeit von bis zu 2,5 Stunden im UMTS-Netz.

Pos-Neuheiten

Schnelle Hilfe bei einer Panne dank Kooperation von ADAC und Jentro



Die ADAC Service GmbH und die Jentro Technologies GmbH haben ein Kooperations-Abkommen zur Umsetzung eines GPS-gestützten Pannensystems für den Massenmarkt geschlossen.

Wer unterwegs eine Panne hat, kann mit seinem Handy und der Ende August erscheinenden neuen Version 6 der Handy-Navigationslösung „activepilot“ auf Tastendruck eine Verbindung zum ADAC-Servicecenter aufbauen und dabei automatisch seinen über GPS ermittelten Standort übertragen. So kann der ADAC deutlich zuverlässiger und schneller helfen. Die Lösung soll einer breiten Bevölkerungsschicht zugänglich sein: Der ab 99 Euro teure activepilot ist mit rund 100 Handy-Modellen kompatibel, darunter eine ganze Reihe preiswerter Massenmarkthandys. „Die Idee des GPS-gestützten Notrufs ist nicht neu. Bisher erforderte die Umsetzung aber eine verhältnismäßig teure Lösung“, sagte Dietrich Heide, Geschäftsführer der ADAC Service GmbH. Jentro sei als Marktführer bei Handy-Navigation in Europa ein guter Partner, um den GPS-gestützten Pannenservice jetzt auch für einen Massen-

markt verfügbar zu machen: activepilot deckt die mit Abstand größte Zahl von Handymodellen ab. Nach Aussage von Hans-Hendrik Puvogel, Geschäftsführer von Jentro, zeige die Kooperation, wieviel Potential in dem Thema Handy-Navigation stecke. „Für den Konsumenten bedeutet eine in sein Handy integrierte Pannenservice-Lösung ein deutliches Mehr an Sicherheit und Komfort“, so Puvogel.

activepilot ist die am weitesten verbreitete Handy-Navigation in Europa und mehrfacher Testsieger. Das System



bietet neben einer modernen Auto-Navigation einen Fußgänger- und Fahrradfahrermodus. Durch die Kooperation mit dem ADAC bietet activepilot ergänzend auch einen einfachen Zugang zu telefonischen Mobilitätsinformationen: Auf Tastendruck wird eine kostenpflichtige Verbindung zum ADAC hergestellt, der Autofahrer zu diversen Themen wie beispielsweise freie Parkplätze oder Routenwahl informiert. Bei

Fahrten ins Ausland informiert der Club auch über Mautgebühren, Einreisebestimmungen oder Wetterdaten. Der Dienst steht bei allen kompatiblen Handys außer bei Geräten von Sony Ericsson zur Verfügung.

Neue Motorola Handys verbinden Breitband und Multimedia



Motorola präsentiert mit MotoRAZR XX, MotoRAZR MAXX und MotoSLVR L7c eine Mischung aus Breitband-ähnlicher Geschwindigkeit und neuesten Multimediafähigkeiten. Mit den Musik-, Internet- und Videofunktionen ist Seamless Mobility zum Greifen nah, denn die neuen Motorola-Geräte bieten schnellen Zugang zu wichtigen Informationen und Entertainment-Angeboten. Die GSM Handys MotoRAZR XX und MotoRAZR MAXX kommen in der zweiten Jahreshälfte 2006 nach Deutschland. Das CDMA Handy MOTOSLVR L7c ist zur gleichen Zeit in den USA verfügbar.

MotoRAZR XX und MotoRAZR MAXX verfügen über den Datenturbo HSDPA (High-Speed Downlink Packet Access) und ermöglichen Downloads mit maximal 3,6 MB pro Sekunde. Dabei verbinden sie Leistungsstärke mit dem Design des Erfolgshandys RAZR. Das CDMA Handy MotoSLVR L7c mit EV-DO-Technologie kombiniert Hochgeschwindigkeitsverbindungen mit dem bekannten SLVR-Design und Funktionalität. Die verbesserte Übertragungsge-

schwindigkeit beim MotoRAZR XX, MotoRAZR MAXX sowie MotoSLVR L7c bietet schnellen Zugang zu Inhalten und ermöglicht die Verwendung innovativer Dienste wie Multimedia-Anwendungen, Video-Downloads, mobile Spiele sowie das Versenden von Videos und Fotos.

„Motorola öffnet die Tür zu mobilem Breitband und gibt Konsumenten die Möglichkeit, so viel mehr mit ihren Handys zu erleben“, sagte Ron Garriques, Präsident Motorola Mobile Devices. „Die HSDPA- und EV-DO-Technologie im MotoRAZR XX, MotoRAZR MAXX und MotoSLVR L7c wird es Netzanbietern ermöglichen, ihren Kunden neue, differenzierte Dienste zu bieten, über die sie mehr erfahren, sich besser vernetzen und größeren Spaß haben können.“

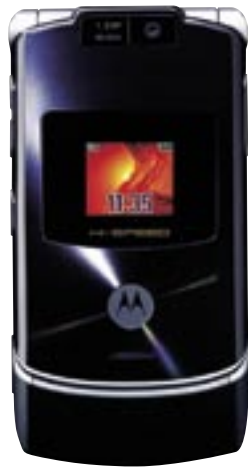
Das MotoRAZR XX ermöglicht Internetsurfen und Multimedia-Anwendungen in Höchstgeschwindigkeit im ausgezeichneten RAZR-Design. Mit neuen Farben und hochwertiger Verarbeitung sowie HSDPA- und EDGE-Technologie können die Besitzer über die Breitband-ähnlichen Verbindungen Videos sehen und das Handy für Videotelefonie mit 15 Bildern pro Sekunde nutzen. Als kompakte Multimedia-Maschine bietet das MotoRAZR XX einen MP3-Player sowie Bluetooth-

Stereo-Technologie (A2DP), um das Handy mit einem kompatiblen Bluetooth Stereo-Headset zu verbinden.

Das MotoRAZR MAXX verkörpert Motorolas Design- und Innovationsanspruch mit hochwertigen Materialien und modernster Technologie. Äußerst dünn und mit einer futuristischen Mischung aus Metall und Glas bringt das MotoRAZR MAXX Multimedia-Anwendungen zum Greifen nah. So werden durch die Breitband-ähnlichen Verbindungen via HSDPA und EDGE Downloads in Hochgeschwindigkeit

möglich. Darüber hinaus verfügt das MotoRAZR MAXX über eine VGA- und eine Zwei-Megapixel Kamera für Zwei-Wege-Videotelefonie sowie einen integrierten MP3-Player. Durch seine externe und leicht bedienbare Touchpad-Steuerung und einen per MicroSD Karte auf bis zu 2 GB erweiterbaren Speicher ist die Musik immer in Reichweite.

Das neue MotoSLVR L7c verbindet die High-Speed-Übertragungstechnik EV-DO mit dem beliebten SLVR-Design und Funktionalität. Mit der Leistung eines EV-DO CDMA 1x Netzwerkes ermöglicht das MotoSLVR L7c Audio- und Videostreaming in Echtzeit, Downloads via BREW-Technologie sowie Location-Based Service-Anwendungen dank integrierter GPS-Technologie. MotoRAZR XX, MotoRAZR MAXX und MotoSLVR L7c werden im zweiten Halbjahr 2006 verfügbar sein.



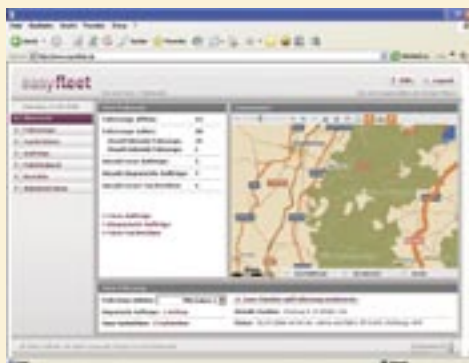
Telematik-Plattform easyfleet feiert ihre Premiere



Die neue Telematik-Plattform easyfleet feiert Ende September auf der IAA-Nutzfahrzeuge in Hannover Premiere.

Die neue Marke wird dort gemeinsam von Funkwerk Dabendorf und Funkwerk Euro Telematik präsentiert. Die easyfleet Produkte bieten einer Pressemitteilung zufolge vielfältige Telematik-Anwendungen für Fahrzeugflotten aller Größen. Zum Marktstart werden zwei Paketlösungen für Fahrtenbucherfassung und Flottenmanagement angeboten. Diese beinhalten neben vielen praxisnahen Funktionen auch eine Flatrate für die volle Kostenkontrolle. Zusätzlich wird eine flexible Flottenmanagement-Lösung mit unterschiedlichen Leistungspaketen vorgestellt, die an die individuellen Anforderungen im Fuhrpark angepaßt werden kann.

Die Paketlösung easy*log ermöglicht das einfache und zeitsparende Führen eines Fahrtenbuchs. Per GPS zeichnet easy*log alle notwendigen Fahr-



Computer auf das Fahrtenbuch zugreifen. Aus datenschutzrechtlichen Gründen und zur Sicherung der Privatsphäre erfaßt das Gerät bei Privatfahrten nur die gefahrenen Kilometer – das Reiseziel jedoch nicht.

easy*start ist ein kompaktes Einstiegerspaket für professionelles Flottenmanagement von easyfleet. Die Lösung unterstützt viele Anwendungen im täglichen Fuhrparkgeschäft. Von der Fahrzeuglokalisierung über Fahrtroutenverfolgung bis zur Auswertung von Fahrzeugdaten werden verschiedene Funktionen realisiert. Die von dem im Fahrzeug verbauten Bordrechner FB 5000 gesammelten Daten können bequem an jedem Ort und zu jeder Zeit über einen Computer mit Internetzugang ausgewertet werden. In einem paßwortgeschützten Bereich aus dem easyfleet-Portal stehen alle wichtigen Informationen zum eigenen Fuhrpark zur Verfügung. Eine Installation von zusätzlicher Software oder Serverlösungen im Unternehmen ist nicht erforderlich.

Ein flexibles Flottenmanagementsystem ganz nach den Bedürfnissen der Kunden bietet schließlich easy*flex von easyfleet. Verschiedene Funktionen und Geräte können hier selbst kombiniert werden. Je nach Anforderung wählt der Kunde bei easy*flex die Leistungspakete, die für seinen Fuhrpark wichtig sind. Neben dem Bordrechner FB 5000 und dem Grundpaket, in dem bereits Fahrzeuglokalisierung, Fahrtenbuch, Nachrichtenaustausch und Auftragsmanagement enthalten sind, bietet easy*flex viele nützliche Zusatzanwendungen.



daten wie Datum und Uhrzeit bei Fahrtbeginn/-ende, Kilometerstand, gefahrene Kilometer sowie Start- und Zielort auf. Dabei werden die Angaben zu Start- und Zielort nicht wie üblich in geometrischen Daten ausgegeben, sondern mit genauer Orts- und Straßenbezeichnung. Die vom Bordrechner gesammelten Daten werden manipulationssicher in einem elektronischen Fahrtenbuch gespeichert. Das System entspricht damit auch den geltenden Richtlinien für Finanzbehörden. Der Nutzer kann jederzeit von einem internetfähigen

SIEMENS

19%

höherer Durchschnittsverkaufspreis* – das bieten nur Gigaset Telefone. Oder haben Sie Geld zu verschenken?

*Quelle: GfK Panelmarket, Cordless DECT, Dez 05 – Mai 06, Vergleich des Durchschnittsverkaufspreises der Marke Gigaset zum Gesamtmarkt



Gigaset Wertschöpfung
www.siemens-partnerinfo.de

T-One ist T-Coms erste Telefonie-Konvergenzlösung Mobilfunk und Festnetz in einem

T-Com hat die erste Konvergenzlösung aus eigenem Hause vorgestellt: Mit der Dual Phone-Lösung T-One bietet T-Com ab sofort Innovation, die die Vorteile aus Mobilfunk und Festnetz zusammenführt und in einem Endgerät vereint. Damit gehört die Qual der Wahl zwischen Mobilfunk und Festnetz auch bei T-Com der Vergangenheit an: Mit zwei unterschiedlichen Produktvarianten ermöglicht das Bonner Unternehmen die Nutzung der Neuheit an einem klassischen Telefonanschluß oder als DSL-basiertes Angebot.

Das heißt, es ist vollkommen unerheblich, ob sich der Kunde für die klassische Festnetzvariante oder für die DSL-basierte Lösung entscheidet, die Vorteile der Konvergenzlösung können in jeder Variante genutzt werden: Ein Anschluß, ein Telefon, eine Mailbox, eine Rechnung. Das neue Angebot überzeugt nach Angaben des Anbieters auch preislich mit

T-Com und T-Mobile. Dabei sichert T-One ständige Erreichbarkeit unter der Festnetznummer auf Wunsch auch unterwegs – am HotSpot über DSL-Telefonie, sonst über Mobilfunk.

Der Vorteil des Angebots ist vor allem für Familien sichtbar: So hat heute eine vierköpfige Familie nicht selten zusätzlich zum Festnetzanschluß noch vier Handyverträge, oft in unterschiedlichen Netzen. Im Klartext heißt das: vier monatliche Rechnungen, verschiedene Tarife, unterschiedliche Kosten bei Gesprächsminuten und Grundpreisen. Mit T-One von T-Com gehört diese nahezu alltägliche Situation der Vergangenheit an: für alle nur noch eine Rechnung, ein klares Tarifangebot, günstige Preise zum Beispiel durch eine gemeinsame DSL-Telefonie-Flatrate.

Kunden der DSL-Variante telefonieren mit T-One zu Hause und an HotSpot-Standorten von T-Com und T-Mobile günstiger auf Basis der DSL- und DSL-Telefonie-Flatrates ins nationale Festnetz sowie mit T-Online DSL-Telefonie-Kunden. Bis zu vier T-One Endgeräte lassen sich pro Haushalt anschließen. Dies bedeutet unbegrenztes Telefonieren über eine DSL-Telefonie-Flatrate für die ganze Familie. Zusätzlich ermöglicht die Option HotSpot Call das Telefonieren via T-Online DSL-Telefonie an den rund 7.500 HotSpot-Standorten von T-Com und T-Mobile.

Bei einer Buchung bis 30. Dezember sind die Kunden während der ersten sechs Monate von der Grundgebühr befreit, danach kostet der HotSpot Call 4,95 Euro im Monat.

Zum Marktstart von T-One DSL sind vier Mobilfunktarif-Pakete erhältlich. Vier unterschiedliche Inklusivminuten-Kontingente sind laut T-Com optimal auf die Nutzungswünsche der Kunden abgestimmt: So bietet One Talk 25 für die geringe Unterwegs-Nutzung 25 Freiminuten ins deutsche Festnetz und in die nationalen Mobil-



Bild oben: Unter dem Motto „Erleben Sie es einfach“ besuchen seit 8. August T-One Trucks über 70 Städte im Norden und Süden, Westen und Osten Deutschlands. Mit im Gepäck: hundert magentafarbene „Fatboys“, die für moderne „Wohnzimmer-Atmosphäre“ auf den öffentlichen Plätzen sorgen und so die neue Nutzendimension des Festnetztelefons zum Mitnehmen anschaulich illustrieren. Bild unten: Mit einer witzigen Werbekampagne zeigt T-Com, daß mit T-One die Grenzen zwischen öffentlicher und privater Sphäre verschmelzen.



Burkhard Graßmann

attraktiven Konditionen: Der Einstieg in T-One ist bereits für rund 35 Euro im Monat möglich. „Mit dem neuen Konvergenzprodukt wollen wir früh die Marktpotentiale der dualen Telefonie ausschöpfen. Durch die Integration der Vorteile von Festnetz und Mobilfunk in einem Angebot bietet T-One unseren Kunden eine neue Nutzendimension. Das ist Fixed-Mobile Convergence made by T-Com“, sagte Burkhard Graßmann, Vorstand Marketing T-Com. Graßmann machte bei der Präsentation des neuen Produktes deutlich, daß die Integration von Mobilfunk, klassischer Festnetz- und Breitbandtechnologie in einem Konvergenzprodukt einen Meilenstein in der Telekommunikation darstellt. Zugleich hob er hervor, daß mit T-One das erste gemeinsame Produkt von T-Com und T-Online nach der Verschmelzung eingeführt wird.

Schlüsselaspekt der innovativen Technologie ist das günstige Telefonieren über das Internet (Voice-over-IP) – zu Hause und an rund 7.500 HotSpot-Standorten von



funknetze. Mit One Talk 50 und One Talk 100 stehen 50 bzw. 100 Freiminuten für die GSM-Telefonie bereit, und One Talk 200 ermöglicht mit 200 Freiminuten eine ausgiebige und kostengünstige Nutzung des GSM-Netzes. Alle weiteren Minuten ins nationale Fest- und Mobilfunknetz werden mit 0,39 Euro/Minute berechnet. SMS bzw. MMS werden für 0,19 Euro bzw. 0,39 Euro versandt.

Durch die Funktion Anrufweiterleitung bleibt der Nutzer auf Wunsch auch unterwegs und am HotSpot unter seiner Festnetznummer erreichbar. Für die Anrufweiterleitung wird in der DSL-Variante eine ermäßigte Anrufweiterleitungsgebühr von 12,9 Cent/Minute statt der

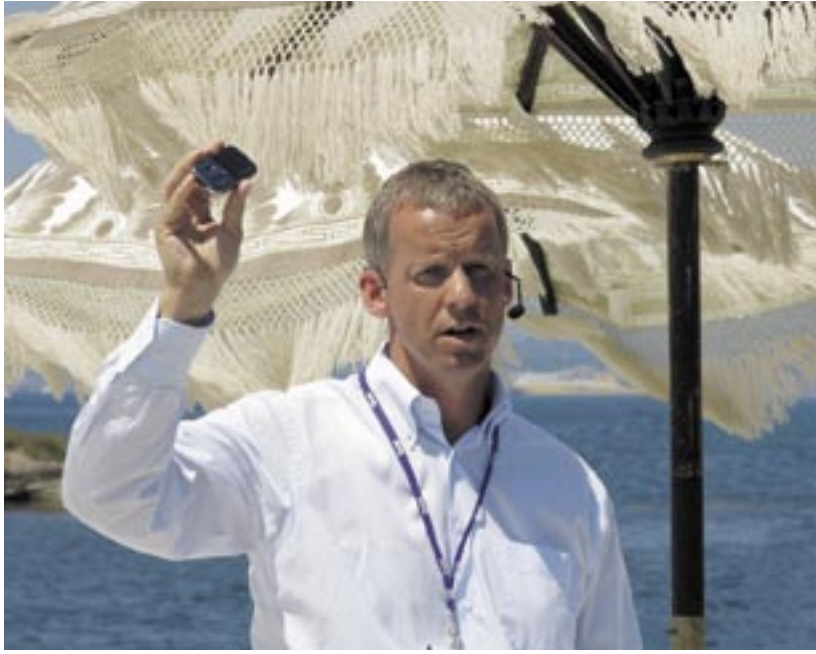
marktüblichen 22,9 Cent/Minute erhoben. Das erste verfügbare Dual Phone-Endgerät T-Com TC 300 bietet alle Funktionen eines modernen Handys und ist Festnetz-, DSL- und Mobilfunktelefon in einem. Beim Bundle-Angebot One Talk 50 kostet das (subventionierte) Endgerät 19,99 Euro. Den besonderen Kundennutzen sieht Burkhard Graßmann in der neuen Nutzendimension: „Ob DSL oder Festnetz: T-One bietet ein Telefon, eine Mailbox, ein Adreßbuch, eine Rechnung – und somit den ersten konvergenten Rundum-Telefonie-Service aus einer Hand.“

Für Kunden, die DSL nicht nutzen, aber dennoch mit nur einem Festnetztelefon auch mobil telefonieren und erreichbar sein möchten,

ist die T-One Festnetz-Variante attraktiv. Die Basisstation Sinus TC 300 – gewissermaßen ein digitaler Dolmetscher – sorgt für die Übergabe der Sprachdaten ins Festnetz. Hier gelten die gewählten kostengünstigen Tarife von T-Com. Basisstation und TC 300 sind in Kombination mit One Talk 50 zu subventionierten Endgerätpreisen von 40 Euro und 19,99 Euro erhältlich.

Auch T-One Festnetz bietet zum Marktstart die vier Freiminutenkontingente One Talk 25, One Talk 50, One Talk 100 und 200 zur Wahl. Durch die Festnetz-zu-Mobil-Option ist der Kunde auf Wunsch bei nur 4,00 Euro Mindestumsatz im Monat auch mobil günstiger unter seiner Festnetznummer zu erreichen.

BenQ Mobile hat auf einer internationalen Pressekonferenz in Palma de Mallorca drei neue Mobiltelefone und ein Musikaccessoire vorgestellt. „Mit den Neuheiten schärfen wir unser Portfolio weiter“, erklärte BenQ Mobile CEO Clemens Joos, der die Produktpräsentation selbst übernommen hatte. „Die Geräte verbinden Spitzentechnologie und Consumer-Lifestyle und fallen vor allem durch ihr überraschendes Design auf.“



BenQ Mobile CEO Clemens Joos stellte die Neuheiten auf der internationalen Pressekonferenz in Palma de Mallorca selbst vor.

Neue Design-Handys von BenQ Mobile

Mit den Neuheiten, die durch deutlich weichere Formen und wärmere Materialien bzw. Oberflächen auffallen, als die bislang von BenQ Mobile vorgestellten Geräte, führt das taiwanisch-deutsche Unternehmen seine Modellpolitik fort, die die junge Marke BenQ-Siemens eindeutig im Markt positionieren soll. Das **BenQ-Siemens SL91** ist ein Luxus-Slider-Handy im Stil eines außergewöhnlichen Design-Objektes. Das Gerät

enthüllt erst durch Berühren seine innovative Sensortastatur unter der schwarz glänzenden Ober-



fläche. Neben außergewöhnlichem Design bietet das Handy modernste Multimedia-Ausstattung, unter anderem mit einer 3,2-Megapixel- und einer zweiten VGA-Kamera, einem MP3-Player und einem Stereo-Radio sowie UMTS-Technologie. Das zwei Zoll große QVGA-Display zeigt 16,7 Millionen Farben. Bluetooth und ein Steckplatz für microSD-Speicherkarten sorgen für hohe Flexibilität bei der Datenspeicherung und beim -austausch. Die edle Ladeschale macht das Handy zu einem Designobjekt, das in jeder Umgebung die Blicke auf sich zieht.

Mit dem **BenQ-Siemens E71** setzt BenQ Mobile den Einsatz neuer Materialien in der Handy-Entwicklung fort. Dank einer neuen Antihafbeschichtung hinterlassen Finger kaum Abdrücke auf dem edlen Gerät, das mit seiner runden, fließenden Form auch in Sachen Design neue Akzente setzt. Gleichzeitig sorgen Multimediafunktionen wie ein MP3-Player, ein Stereoradio oder die Kamera mit 1,3 Megapixeln und Fünffach-Digitalzoomfunktion für Spaß bei der Anwendung. Das **BenQ-Siemens E81** schließlich ist das erste BenQ Mobile Handy im Miniformat mit umfangreicher und modernster



BenQ-Siemens S68 Ceramic limited edition

BenQ Mobile hat mit dem BenQ-Siemens S68 Ceramic limited edition ein Luxus-Handy auf den Markt gebracht, das sich primär zum Telefonieren eignet, dabei aber keine Kompromisse bei Design und Qualität macht. Mit einer Edelstahl-Front, handpolierter Keramik-Rückseite und einem kratzfesten Mineralglas-Display wird das exklusive, flache Gerät (13 mm) Luxus-Ansprüchen gerecht. BenQ Mobile verwendet für das S68 Ceramic limited edition als erster Hersteller bei über 1.350° gebrannte Keramik als Werkstoff für die komplette Rückseite eines Handys. Dieses Material sorgt für enorme Kratzfestigkeit und durch eine Oberflächenpolierung für einen edlen Hochglanzeffekt. Ein übersichtlich gestaltetes Telefon-Menü, ein Organizer, die Möglichkeit, kurze Sprachnachricht per MMS zu verschicken und ein Display mit mehr als 260.000 Farben sind weitere Kennzeichen des BenQ-Siemens S68 Ceramic limited edition. Zwei Lautsprecher, Freisprechfunktion und 64stimmige Klingelmelodien sorgen für gute Akustik. Über die SyncStation DSC-100 oder via Bluetooth wandern Termine und Kontaktdaten direkt und kabellos vom PC aufs Handy. Das Handy wird zusammen mit einer edlen Bugatti-Handytasche sowie mit einem hochwertigen Microfaser Putztuch in einer aufwendig gestalteten Verpackung geliefert. Beim Ein- und Ausschalten des Handys erscheint auf dem Display der Slogan „dressed in bugatti“, der die Zusammenarbeit von BenQ Mobile und Bugatti verdeutlicht. Das BenQ-Siemens S68 Ceramic limited edition ist ab sofort erhältlich.



UMTS-Ausstattung, das innovative Technik und hohen Komfort bei der Benutzung vereint. Zur Ausstattung dieses Handys gehören ein 1,8-Zoll-Display mit über 262.000 Farben, ein MP3-Player für die gängigsten Dateiformate sowie eine Digitalkamera mit 1,3 Megapixeln und eingebautem LED-Fotoblink. Auch Videoclips lassen sich mit dem Gerät komfortabel aufnehmen.



Hochtouren“, so Joos. „Die neuen Geräte zeigen: BenQ Mobile ist der Wegbereiter für ein neues, umfassendes Produktverständnis rund um das Mobiltelefon. Alle 19 neuen Produkte, die wir seit dem Unternehmensstart im Oktober 2005 vorgestellt haben, zahlen auf unsere Philosophie der Verbindung von Spitzentechnologie mit Lifestyle-Know-how und Design

ein.“

Für Frauen: BenQ-Siemens EF61 Special Edition

Mit dem BenQ-Siemens EF61 Special Edition präsentiert BenQ Mobile ein topmodisches Fashion-Phone für Frauen. Seine frischen Farben, die weiblichen Formen und das topaktuelle Muster scheinen direkt von den Laufstegen der Modemetropolen zu kommen. Viele Details sind maßgeschneidert für die Bedürfnisse weiblicher Handynutzer: So lässt sich beispielsweise das 1,8 Zoll große Innen-Display (262.000 Farben, 128 x 160 Pixel) per Tastendruck in einen Taschenspiegel verwandeln. Der eingebaute Musik-Player unterstützt alle gängigen Musikformate wie MP3, AAC und WMA. Während des Abspielens erscheint der Liedtext zum Mitlesen oder Mitsingen auf dem Handybildschirm. Der eingebaute Equalizer ermöglicht es, die Klangfarbe der Musik an den persönlichen Geschmack anzupassen. Zu hören ist die Musik über den integrierten Lautsprecher oder über farblich auf das Design des BenQ-Siemens EF61 Special Edition abgestimmte Stereo-Headsets. Weitere Ausstattungsmerkmale sind der Telefonbuch-Organizer und die Megapixelkamera mit Vierfach-Digitalzoomfunktion.

Dank „Living-Picture“-Funktion kann die Benutzerin zu jedem Foto einen individuellen Kommentar aufzeichnen, der bei der Bildwiedergabe abgespielt wird. Die Serienbildfunktion ermöglicht bis zu neun aufeinander folgende Aufnahmen. Das Gerät besitzt auch einen Steckplatz für Micro-SD-Speicherkarten. Als Zubehör steht eine große Auswahl an Headsets mit Bluetooth-Technologie zur Verfügung. Das BenQ-Siemens EF61 Special Edition ist in einer repräsentativen Geschenkbox erhältlich.



Wichtige Themenfelder

BenQ Mobile besetzt mit den neuen Geräten, die der Öffentlichkeit auf Mallorca vorgestellt wurden, nach eigenen Angaben wichtige Themenfelder. Mit dem Fokus auf Design und der Verwendung ungewöhnlicher Materialien in Kombination mit technologischen Innovationen wolle sich das Unternehmen stärker vom Wettbewerb differenzieren, stellte CEO Clemens Joos fest. Die aktuellen Neuheiten seien deshalb ein wichtiger Schritt zur weiteren Positionierung von BenQ-Siemens im Markt. „Unser Entwicklungsmotor läuft auf

Kabelloser Musikgenuss

Mit dem Musikaccessoire Mobile Sound Set Bluetooth stellte BenQ Mobile darüber hinaus ein kompaktes Soundsystem für kabellosen Musikgenuss vor. Das tragbare Mobile Sound Set Bluetooth IMS 100 ist zu allen Handys und Musicplayern kompatibel, die das Bluetooth Handsfree-A2D-Profil unterstützen. Die Bedienung des Gerätes, zum Beispiel Lautstärke-Regelung oder Baß-Anhebung, erfolgt über das Handy. Der Design-Lautsprecher bietet durch Batterie- oder Netzbetrieb große Flexibilität und kann sowohl mobil im Freien als auch in den eigenen vier Wänden eingesetzt werden.



Neues Musik-Accessoire

debitel präsentiert neues Shop-Design

debitel hat mit der offiziellen Eröffnung des debitel centers auf der Königstraße in Stuttgart eine neue Ausstattungslinie für die debitel Shops vorgestellt: Das center Design spiegelt die Einteilung der Produkte in vier zentrale Angebotswelten wider, die einfache Orientierung und vorbildliche Beratung sicherstellen sollen.

„Wir investieren weiter in Dienstleistungen mit höchster Kundenorientierung“, sagte Berndt Pföhler, Geschäftsführer debitel Vertriebs GmbH, anlässlich der Eröffnung. „Die neue Ausstattungslinie wird uns bei dieser Aufgabe sowie bei der direkten Kundenansprache und -betreuung besonders unterstützen.“ Es sei vor allem die Kombination aus neuem Shop-Design und der Gliederung in vier zentrale Angebotswelten, die es debitel nun erleichtere, alle Kommunikationswünsche der Kunden bestmöglich zu bedienen, so Pföhler.

Dafür wurden die für das jeweilige Bedürfnisprofil geeigneten und zum Teil neu entwickelten Mobilfunktarife mit passenden Endgeräten zusammengeführt und als eindeutig einer Angebotsgruppe zugeordnetes Paket präsentiert. „Diese Einteilung verbindet eine einfache Orientierung mit Flexibilität und Individualität“, so Pföhler. So kann jeder debitel Kunde darauf vertrauen, zum für ihn

optimalen Produkt geführt zu werden. „Die Kunden erkennen sich und ihre individuellen Anforderungen an die Telekommunikation sofort wieder. Die neue Ausstattungslinie bietet die perfekte Umgebung für gezielte Kundenansprache und erleichtert die Beratung“, so Pföhler weiter.

Angebotswelten

Die erste Angebotswelt richtet sich an Kunden, die bei ihrem Handy Wert auf das aktuellste Design und innovative Zusatzfunktionen legen. Der Zielgruppe der zweiten Angebotswelt sind dagegen Überschaubarkeit und einfache Bedienung wichtig. Die dritte debitel Angebotswelt richtet sich an alle, die vor allem auf ihre



Berndt Pföhler

Finanzen achten wollen: debitel bietet hier ein robustes Einstiegerhandy mit einem Vertrag, bei dem keine monatliche Grundgebühr anfällt. Das vierte Segment ist für eine besonders anspruchsvolle und aktive Zielgruppe gestaltet und orientiert sich am Kommunikationsbedarf von Busi-



Das neu eröffnete debitel center auf der Königstraße in Stuttgart.

ness-Anwendern. Hier stehen Flexibilität und Vielseitigkeit im Vordergrund.

Kompetente Beratung

Im neuen debitel center in der Königstraße in Stuttgart stehen die debitel Mitarbeiter für alle Kundenanfragen und eine kompetente Beratung zur Verfügung. Auf rund 40 Quadratmetern Verkaufsfläche bietet der Shop das gesamte debitel Produktportfolio: Mobilfunk, DSL, Fotoservice mit einer Kodak Fotoprint-Station, MP3-Player und Mobiles Fernsehen sowie ein umfangreiches Zubehörsortiment. „In den letzten Jahren hat sich das Einkaufsverhalten der Kunden stark gewandelt“, erklärte Pföhler. Für das richtige Einkaufserlebnis ist heute nicht mehr allein das Produktangebot entscheidend, auch Atmosphäre und Warenpräsentation innerhalb

eines Ladens spielen eine wichtige Rolle. „Darum haben wir das Umfeld der Ware so gestaltet, daß das Wesentliche der Angebote und das Konzept der Marke debitel unterstrichen werden.“

Shop-Konzept

Das Shop-Konzept setzt auf eine einfache und klare Struktur, um eine offene und großzügige Atmosphäre zu schaffen. Kombinationen verschiedener Materialien wie Holz und Glas sowie die Integration von Farbakzenten sind wesentlicher Bestandteil des Design-Konzeptes. Die Angebotswelten fügen sich harmonisch in die Shop-Elemente ein, was zu einem optimalen Gesamtauftritt führt. „Das einzelne Produkt steht dabei immer im Fokus, und dank des integrierten Orientierungssystems kann sich der Kunde sehr schnell einen Überblick verschaf-

fen, was für ihn von Interesse ist“, stellte Pföhler fest. Entsprechend haben die Erlebniswelten Musik und Foto im Shop ihren festen Platz. „Das Kundenleitsystem über den Rückwänden führt die Kunden übersichtlich zu der Auswahl an Handys, MP3-Playern oder zum Kodak-Fotoprinter“, so Pföhler. Zusätzlich zur Produktabbildung trägt ein spezifischer Farbcode zur Differenzierung der Angebotswelten bei.

Gezielte Unterstützung

Angesichts der wachsenden Zahl von innovativen Produktneuheiten speziell im Mobilfunkbereich wird die Bedeutung von Beratung und Service in Zukunft deutlich zunehmen. „Eine moderne Verkaufsfläche mit intensiver Beratung ist hierfür unerlässlich“, so Pföhler.

Das neue debitel center auf Stuttgarts bedeutendster Einkaufsmeile ist der erste Premium-Vertriebspunkt, in dem das neu entwickelte Shop-Design verwirklicht ist. Damit setzt debitel den Ausbau der debitel center und des Partnernetzwerks fort, um die Marke debitel im Bewußtsein der Konsumenten weiter zu verankern. Die debitel center ergänzen das flächendeckende Netz von Vertriebspartnern und sind eine wichtige Säule im debitel Vertrieb. „Bis 2009 werden so alle deutschen Städte mit mehr als 50.000 Einwohnern durch das debitel Centerkonzept abgedeckt sein“, sagt Pföhler.

PoS Aktuell

Nokia Shop-in-Shop im Saturn Hamburg eröffnet

Nokia hat Mitte August den bisher größten Nokia Shop-in-Shop in Deutschland eröffnet. Auf einer Standfläche von 75 m² im Saturn-Markt Hamburg (Mönckebergstraße 1) können Endkunden die aktuellsten Multimedia-Computer aus der hochwertigen Produktkategorie Nseries erleben und sich über die neuesten Nokia Mobiltelefone aus den Bereichen Fashion, Premium, Business sowie über Zubehör informieren. Mit dieser Neueröffnung im Saturn-Markt Hamburg setzt Nokia einen weiteren Meilenstein seit dem Start seines Shop-in-Shop-Programms im Frühjahr 2002.

MP3 mit Surround-Klang

Auf der kommenden IFA wollen die Forscher des Fraunhofer-Instituts, in dem auch das MP3-Format entwickelt wurde, auf dem Technisch-Wissenschaftlichen Forum TWF in Halle 5.3. ein neues Audio-Kompressionsver-

fahren vorstellen, mit dem sich dreidimensionaler Raumklang in höchster Qualität speichern läßt und trotzdem nicht mehr Speicherplatz benötigt wird als beim heute benutzten MP3-Format. Surround-Sound vermittelt ein Klangerlebnis, das dem Hörerlebnis im Kino sehr nahe kommt.

„Der Wechsel von Stereo zu Surround läßt sich vergleichen mit dem Wechsel von Mono zu Stereo in den 60er-Jahren“, erläuterte Matthias Rose, Fraunhofer-Institut. „Die Sender, Radio wie Fernsehen, müssen zur Übertragung von Surroundsound große Datenmengen übermitteln. Das aber kostet Geld: je größer die Datenmenge, umso mehr. Bisherige Kompressionsverfahren liefern zwar gute Töne, benötigen dafür jedoch oft große Datenmengen oder bieten umgekehrt bei geringeren Datenraten eine mindere Klangqualität. Anders bei MPEG Surround: Dieses Erweiterungsformat für Audiocodiervorfahren erlaubt es, 5.1 Surround-Klang bei sehr niedrigen Datenraten zu speichern. Der Trick: Beim Encodieren des Signals werden die Surround-Audiodaten in ein Stereosignal umgewandelt, während gleichzeitig Raumklanginformationen, zum Beispiel Pegelunterschiede zwischen den Kanälen, als kompakte Zusatzdaten gespeichert werden. Das ermöglicht beim Decodieren die fast vollständige Rekonstruktion des

Originals. Gleichzeitig gewährleistet das neue Format, daß herkömmliche Abspielgeräte weiter, wie gewohnt, Stereoklang wiedergeben.“

Das MP3-Format soll raumklangkompatibel werden und nennt sich dann MP3 Surround. Die Erweiterung für MP3 speichert Surround-Musik mit Bitraten, wie sie bei Stereo-MP3 benutzt werden. Die auf diese Weise erzeugten MP3 Surround Dateien können von jedem MP3-Abspielgerät wiedergegeben werden.

Samsung baut das Marketing-Team der IT-Divisions weiter aus

Bereits im vergangenen Jahr hat Samsung Teile der Abteilungen Printing, Notebook und Display zusammengelegt, um die gemeinsamen Aktivitäten auszubauen. Nun sind auch die personellen Veränderungen abgeschlossen. Andreas Klavehn ist seit April Senior Marketing Manager der übergeordneten Abteilung Samsung IT. Sein Nachfolger ist Jürgen Reinhard, den Samsung als neuen Marketing Manager in die Display Division geholt hat.

Reinhard übernahm im Juli 2006 die Aufgaben des Marketing Managers der Samsung Display Division in Deutschland. „Ich möchte die gute Arbeit meines Vor-

gängers Andreas Klavehn fortsetzen, der sich dem Ausbau der Marktposition im deutschen Monitormarkt gewidmet hat“, erklärte Reinhard. „Die Samsung-Partner zu unterstützen und zu stärken ist mir besonders wichtig. Außerdem gibt es viel zu tun im Firmenkundengeschäft. Samsung ist im Begriff, die Aktivitäten in diesem Bereich massiv auszubauen.“ Reinhard wird manchem Leser aus der Branche bereits bekannt sein: Der 33jährige Betriebswirt war seit 2000 beim Distributor Tech Data tätig, zuletzt als Senior Business Manager Peripherie. Dort betreute er die Produktbereiche Monitore, Drucker und Projektoren.

Sein Vorgänger Andreas Klavehn hat bereits im April 2006 die Abteilung Display verlassen, um die Position des Marketing Managers für Samsung IT zu übernehmen. Von dort aus entwickelt er Programme und Aktionen für die drei IT-Divisions. Damit gehören alle übergeordneten Marketing-Aktivitäten der drei IT-Abteilungen in seinen Bereich. Er steuert zudem das PowerPartner-Programm und koordiniert die Partner-Aktivitäten. Eine besonders interessante Herausforderung ist für ihn der Aufbau des Firmenkundengeschäfts, vor allem im Druckerbereich. Klavehn war maßgeblich an Samsungs neuer Initiative beteiligt. „Das größte Potential liegt im Firmenkundenbereich. Dort wird Samsung durchstarten

und die bisherigen Marktführer aufteilen“, so Klavehn. „Samsung hat seinen Kunden viel zu bieten. Innovation und Zuverlässigkeit werden die Kriterien sein, an denen wir uns intern und extern messen lassen. Samsung bietet zudem verstärkt Lösungen an – im Zusammenschluß mit starken und im Markt wohlbekannten Partnern.“

Dr. Heinz H. Fischer verläßt LG Electronics

Dr. Heinz H. Fischer, seit Mai 2005 Director Consumer Electronics bei der LG Electronics Deutschland GmbH, wird das Unternehmen Ende September dieses Jahres verlassen. „Wir danken Heinz Fischer für sein großes Engagement und seinen Beitrag für eine erfolgreiche Entwicklung von LG im deutschen Markt“, erklärte Geschäftsführer Weon-Dae Kim. „Wir bedauern sein Weggehen und wünschen ihm bei seinen künftigen Herausforderungen viel Erfolg.“ Die Aufgaben von Dr. Fischer im Bereich Unterhaltungselektronik wird Fred Breuer, Vertriebsdirektor Unterhaltungselektronik, übernehmen. Die operative Vertriebsverantwortung und Handelsbetreuung im Bereich Hausgeräte wird wie bisher geregelt.

Plus X Award auf der IFA 2006

Ausgezeichnete Produkte in der Hall of Fame

Auf der IFA 2005 wurden die Sieger des Plus X Awards erstmals dem breiten Messe-Publikum präsentiert. Auch auf der diesjährigen IFA ist der Plus X Award-Stand direkt in Halle 1.2 am Haupt- eingang positioniert.

Mit 15 Mediapartnern, 18 Jurymitgliedern und insgesamt über 300 ausgezeichneten Produkten ist der Plus X Award Europas größter Technologie-Contest. Verliehen werden die Plus X-Siegel für besondere Leistungen in den Kategorien Innovation, Design, Bedienkomfort und Ökologie. Im Anschluß an die alljährliche Preisverleihung „Plus X Award-Night“ in Düsseldorf kommt das Jahrbuch mit den Gewinnprodukten deutschlandweit in den Handel. „Ein eigener Stand des Technologie-Contests auf der weltgrößten Unterhaltungselektronik-Messe ist ein erfolgreiches Konzept, weil Besucher und Medien auf den ersten Blick erkennen, daß hier eine wirkliche Produktauslese ausgestellt ist. Der Besuch der



Bereits im Jahre 2005 war die Plus X Award-Präsenz auf der IFA ein voller Erfolg. Die prämierten Produkte werden auch in diesem Jahr einem breiten Messepublikum präsentiert.

Hall of Fame ist eine Tour durch die Technologiemarken-Elite“, so Plus X Award-Initiator Donat Brandt. Installationen wie das HD Trendstudio, das Naviflash-Showcar, die Saeco Coffee Bar oder das Cloer-Kochstudio sollen den 440 Quadratmeter großen Plus X Award-Stand zum Publikumsmagneten machen, so die Initiatoren. Die Hall of Fame ist eine Kooperation mit EP: und MediMax, den strategischen Marken von Electronic-Partner. Über 6.000 Fachhändler und zahlreiche Journalisten wer-



Plus X Award-Initiator Donat Brandt über den Sinn einer Fachjury

Wenige Initiativen haben den gesamten Elektro- und Consumer Electronics-Markt so stark in die Öffentlichkeit gerückt wie der Plus X Award. Das Projekt zum Erhalt des Markenbewußtseins wurde 2004 von media society networks ins Leben gerufen. Wer siegreich aus den Plus X Awards hervorgeht, darf sich über eine umfangreiche mediale Kampagne freuen. Der Award-Stand „Hall of Fame“ auf der IFA in Berlin garantiert den ausgezeichneten Herstellern zudem größte Aufmerksamkeit. Auch die Jury des Plus X Awards ist außergewöhnlich: Erstmals wurden Markt- und Medien-Persönlichkeiten gemeinsam in ein Expertengremium berufen, die zueinander bisweilen im Wettbewerb stehen. Viele hundert eingereichte Produkte mußten von den 18 Fachleuten bewertet werden. Wie und warum die Jury auf diese Weise zusammengesetzt ist, erklärt Plus X Award-Initiator Donat Brandt in einem Gespräch mit PoS-MAIL.

PoS-MAIL: Herr Brandt, warum setzen Sie beim Plus X Award überhaupt auf eine Fachjury?

Donat Brandt: Wer kann neue Produkte glaubwürdig bewerten? Vermutlich derjenige, der diese kennt oder aus beruflicher Routine gewohnt ist, mit innovativen Technologien umzugehen. Unsere Juroren sind Fachjournalisten, Experten, die mehrfach täglich neue Produkte und Informationen aus der Technologie-Branche erhalten und einschätzen müssen.

PoS-MAIL: Es gibt Awards, die ihre Ergebnisse aus Endkunden-Umfragen ermitteln.

Donat Brandt: Umfragen locken den Endkonsumenten, da er bei

der Teilnahme etwas gewinnen kann. Seriöse Bewertungen und Vergleiche von Produkten, die brandneu sind und die er gar nicht kennen kann, muß man aber unabhängigen Experten überlassen.

Stellen Sie sich mal vor, die Oscar-Verleihung basiert auf der Umfrage von Kino-Fans, die keinen der nominierten Filme gesehen haben. Wie kann also jemand den Bedienkomfort eines Gerätes ermessen, das er noch nie benutzt hat? Solche Bewertungen sind wertlos und ohne Belang für eine ernsthafte Marke.

PoS-MAIL: Nach welchen Gesichtspunkten setzen Sie die Jury zusammen?



Jury-Mitglied und Objektmanager PoS-MAIL Franz Wagner (links) im Gespräch mit Donat Brandt.

Donat Brandt: Wir stellen im wesentlichen drei Anforderungen an unsere Juroren. Erstens sollte sie oder er ein Experte in mehreren Produktgruppen sein, die durch den Award bewertet werden. Zweitens muß die Person aufgrund ihrer beruflichen Ausrichtung über die aktuellen produkttechnologischen

Entwicklungen informiert sein. Und drittens ist uns wichtig, daß die Jury-Mitglieder keine Repräsentanten der Unternehmen sind, deren Produkte eingereicht werden. Auch hier unterscheiden wir uns von anderen Wettbewerben.

PoS-MAIL: Herr Brandt, vielen Dank für das Gespräch.

den direkt in die Hall of Fame eingeladen. Besucher und Vertreter des Handels erleben einen Messestand, der 100 Produkte vieler innovativer Marken aus neun verschiedenen Produktwelten zeigt. Für den Handel erschließen sich durch das Plus X Gütesiegel wichtige Verkaufsargumente.

TV-Sendungen vom Plus X Award-Stand

Schon der erste IFA-Auftritt bescherte der Hall of Fame eine enorme mediale Resonanz. Zahlreiche Presse-, Radio- und TV-Berichte präsentierten den Plus X Award-Stand als „neutrale Zone“ für innovative Markentechnologie. Die Fernseh-Präsenz wird in diesem Jahr sogar noch deutlich erhöht: Der technologie-affine TV-Sender GIGA berichtet live aus der Hall of Fame – und zwar täglich. Zu den Themenschwerpunkten zählen die ausgezeichneten Technologien, und in verschiedenen Sendungen finden Gespräche mit den Plus X Award-Jurymitgliedern statt.

Für die GIGA-Sondersendungen wird die Hall of Fame 2006 infrastrukturell als Fernsehstudio konzipiert. Großer Wert wird während der Live-Show auf die Einbindung der Zuschauer gelegt. Bereits im August begann die Ankündigung über Teaser zu dem entsprechenden Programm. Der Jugend- und Techniksender wird über Astra Digital und diverse Kabel-TV-Netze im deutschsprachigen Raum verbreitet. GIGA hat alleine über Satellit eine technische Reichweite von über zwölf Mio. Zuschauern.

Die neue Zusammenarbeit auf der Internationalen Funkausstellung erschließt dem Plus X Award – und insbesondere seinen Gewinnern – in verstärktem Maße die Aufmerksamkeit einer jungen Zielgruppe, die zunehmend bereit ist, sich im Alltag über innovative und designstarke Produkte zu definieren. Donat Brandt hierzu: „Wir freuen uns sehr auf die GIGA-Berichterstattung. Sie ist die bestmögliche Unterstützung unserer ohnehin bemerkenswerten Medialeistungen. Die Mentalität der GIGA-Zuschauer geht eindeutig hin zum Leitgedanken „Original statt Plagiat“ – und somit zur Kernphilosophie des Plus X Awards, der seit 2004 für Marken und Qualitätsbewußtsein steht.“

Einfach ausgezeichnet:



JVC



PLUS X AWARD™



LE32R71W



DVD-R145



DC-MS 15

Brillante Produkte –
brillante Bewertungen



PLUS X AWARD™

13 Awards für Design, Innovation, Bedienung und
The Most Innovative Brand Award 2006
Photo Technology



Panasonic
ideas for life

PLUS X AWARD™

Räumt ganz
groß ab:

TOSHIBA



47WLG66P



FF1



et20



PLUS X AWARD™

ADVANCE YOUR DESIGN. WITH DAEWOOs LCD-TV – DLP-3212



info@IFA 2006 Halle 7.2.b 1.-6.9.2006



Der Innovation
mit Erfolg verpflichtet:

SHARP[®]



PLUS X AWARDTM

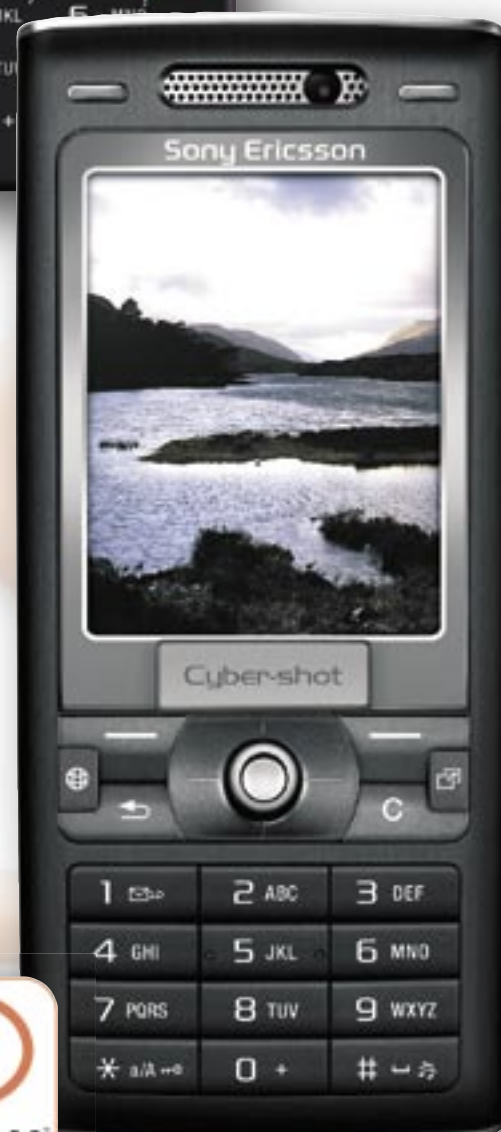
Ausgezeichnet!



W810i



W950i



K800i



HBH-DS970



Sony Ericsson

PLUS X AWARD™

Überzeugend in Design, Innovation und Bedienkomfort!

Technische Änderungen, Farbabweichungen und Irrtümer vorbehalten. Der Name Plus X Award® und das Logo sind eingetragene Markenzeichen der media society networks. Der Plus X Award® ist eine Initiative der media society networks. HDMI und High-Definition Multimedia Interface sind Warenzeichen oder registrierte Warenzeichen der HDMI Licensing LLC. DLP® ist ein registriertes Warenzeichen von Texas Instruments. Die Screeninhalte sind geschützte Bildmarken der BenQ Deutschland GmbH.



Innovation made by BenQ

Zuverlässige und innovative Technik, Bildergebnisse vom Feinsten, exklusives Design und durchdachte Bedienerfreundlichkeit:
Fachhandels-Hotline: 040-82 22 64 166, E-Mail: Fachhandel.de@BenQ.com oder Internet: BenQ.de

FP93GX: besonders schnelle Reaktionszeit von 2 ms. 19" TFT, 2 ms Reaktionszeit, Sub-D/DVI, 700:1 Kontrast, 300 cd/m²
PE8720: der Heimkinotraum! „HD ready“-Auflösung und HDMI™. WXGA (1280 x 720), 1000 ANSI Lumen, 10.000:1 Kontrast, digitale HDMI™-Schnittstelle, Senseye™-Technologie, 8-Segment-Farbrad für perfekte Farbdarstellung
CP120: der kleinste W-LAN-integrierte Projektor der Welt. 1,3 kg leicht, 2000:1 Kontrast, DLP®-Technologie

BenQ

Enjoyment Matters

Das innovative Doppel

WELTNEUHEIT:

Unsichtbare Lautsprecher erzeugen beeindruckenden 5.1 Kinosound. Ganz ohne Kabel.



YSP-800



YSP-1000



PLUS X AWARD™

SAMSUNG



Digimax L85



Pro 815



Für unbegrenzte
Möglichkeiten...



PLUS X AWARD™

Einfach Klasse!

Das gönne ich mir!



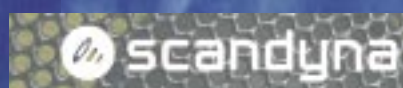
Micropod SE
2005



The Dock
2006



Zum 3. Mal in Folge
wurden die Scandyna Produkte
beim größten europäischen
Industrie-Contest
mit einem Award ausgezeichnet.
Und dieses Mal „The dock“.



PLUS X AWARD™



DIGITAL
XTREME POWER –
EXTREM GUT!

Panasonic
ideas for life

PLUS X AWARD™

AUSGEZEICHNET



Becker Cascade



BESTENS BEDIENT
MIT INNOVATIVER TECHNIK

BECKER

PLUS X AWARD™



LOEWE.

PLUS X AWARD[™]



ES GIBT DINGE,
DIE ERFÜLLEN UNSERE
ERWARTUNGEN
MIT LEICHTIGKEIT...

NEC

PLUS X AWARD[™]



Täglich eine Stunde:
GIGA TV live aus der Hall of Fame



PLUS X AWARD®

Besuchen Sie die Hall of Fame des größten
Technologie-Contests Europas.

Erleben Sie vom 1. bis zum 6. September
die besten Produkte des Jahres
auf der IFA in Berlin
(Halle 1.2 am Haupteingang).



Präsentiert von:

EP:
ElectronicPartner

und



CEMarkt

electro

Elektro
Markt

EP:
ElectronicPartner

E&W
print-online mobile

heimkino
marktplatz

HOMEVISION

contact



Meine
Küche

mobile
zeit
die ganzheitliche
mobile Kommunikation

plugged
TECHNIK VON MORGEN

POS-MAIL

SellIN
OUT

SFT

smart
homes
Das intelligente Haus

PoS Aktuell

Premiere: Plus bei Umsatz und Abonnenten

Premiere hat nach eigenen Angaben im zweiten Quartal 2006 den Gesamtumsatz um 10,5 Millionen Euro auf 269,3 Millionen Euro gesteigert. Dies entspricht einem Plus von 4,1 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal (Q2 2005: 258,7 Millionen Euro). Der Umsatz im Kerngeschäft mit Programmabonnements, Pay-per-View und Werbung legte um 4,6 Prozent oder 11,2 Millionen Euro auf 254,9 Millionen Euro zu (243,7 Millionen Euro). Das operative Quartalsergebnis wurde durch einen Sonderaufwand in Höhe von 35 Millionen Euro für Lizenz und Produktion der Fußball-Weltmeisterschaft 2006 belastet: Die operativen Kosten stiegen auf 291,1 Millionen Euro (232,2 Mio Euro), das EBITDA (Ergebnis vor Steuern, Finanzergebnis und Abschreibungen) ging auf minus 21,8 Millionen Euro zurück (26,5 Mio Euro). Nach Abschreibungen (EBIT) erzielte Premiere ein Ergebnis von minus 43,7 Mio Euro (6,1 Mio Euro). Ein buchhalterischer Sondereffekt beeinflusste das Nettoergebnis im zweiten Quartal: Premiere hat die aktivierten latenten Steuern auf Verlustvorträge in der Bilanz vollständig abgeschrieben. Diese Maßnahme, die aus einem konservativen Bewertungsansatz resultiert, hat zu einer einmaligen Belastung des Nettoergebnisses in Höhe von 90,4 Millionen Euro geführt – in der Folge betrug das Nettoergebnis minus 138,8 Millionen Euro (6,7 Millionen Euro). Die steuerliche Nutzbarkeit der gesamten Verlustvorträge in Höhe von 614,5 Millionen Euro (Stand: 31.12.2005) bleibt von der Bereinigung der Bilanzposition „latente Steuern“ unberührt. Premiere kann diese Verlustvorträge in Zukunft weiter uneinge-

schränkt nutzen. Für die immateriellen Vermögenswerte Goodwill, Markenzeichen und Abonnentenstamm besteht kein Abwertungsbedarf, ein entsprechender Impairment-Test wurde durchgeführt. Zum 30. Juni zählte Premiere 3.442.500 Abonnenten-Haushalte – 79.256 oder 2,3 Prozent weniger als zum 31. März (3.521.756). Im Jahresvergleich (Stichtag: 30.06.) verzeichnet Premiere einen Abonnenten-Zuwachs von 3,9 Prozent (Q2 2005: 3.313.140).

T-Mobile und HP bauen Breitband-Angebot aus

T-Mobile Deutschland baut das Angebot für mobile Breitband-Anwendungen per Notebook aus: Mit einem preisgünstigen Angebotspaket aus Notebook, web'n'walk Card und mobilem Datenvertrag startet der Mobilfunkanbieter eine Kooperation mit dem Technologieanbieter Hewlett-Packard (HP). Nutzer des Angebots können mit dem HP Compaq nx7400 Business Notebook PC über die web'n'walk Card und das UMTS-Netz von T-Mobile schnell und komfortabel im Firmennetz arbeiten oder auf Informationen im Internet zugreifen. Die Geräte werden in Verbindung mit einem T-Mobile Vertrag zu einem günstigen Preis voraussichtlich noch im dritten Quartal erhältlich sein. Weitere gemeinsame Lösungen von HP und T-Mobile für die mobile Datenkommunikation per iPAQ und Notebook sind in Vorbereitung. Der kompakte HP Compaq nx7400 Business Notebook PC richtet sich an kostenbewußte Anwender. Dank der neuen Intel Prozessortechnologie und einem Arbeitsspeicher mit bis zu vier Gigabyte DDR2 RAM ermöglicht er produktives und flexibles Arbeiten unterwegs. Das Notebook ist mit einem 15,4-Zoll Breitbild-Display ausgestattet, das Gerät verfügt über eine Vielzahl praxiserleichterter und innovativer Funktionen. Dazu zählen beispielsweise die HP ProtectTools: Sie schützen vor unbefugtem Zugriff auf sensible Daten. Flexible Akkulationslösungen ermöglichen

Panasonic Produkte bestätigen ihre starke Position im Markt – Lumix Kameras erreichen die Zielsetzung deutlich vor der Planung

Einer Pressemitteilung aus dem Hause Panasonic zufolge waren die Monate Mai und Juni für den Sektor „Visual“ der Unterhaltungselektronik geradezu großartig. Besonders deutlich werde die Entwicklung, wenn man die aktuellen Erkenntnisse mit den Ergebnissen aus dem entsprechenden Vorjahreszeitraum vergleiche: Unter dem Strich steht ein dickes Plus von knapp 38 Prozent. Zu den Gewinnern dürfe sich Panasonic als drittstärkste Kraft im Visual-Markt (TV, DVD, Camcorder) zählen. Allein von März/April zu Mai/Juni 2006 stieg der eigene Wertanteil am Visual-Markt, der rund 82 Prozent des CE-Gesamtmarktes ausmacht, um einen Prozentpunkt. Anteilsverluste des Marktführers gingen laut Panasonic zu annähernd gleichen Teilen an die Hersteller auf Position zwei und drei. Die Spitze im Visual-Markt rückt damit näher zusammen und setzt sich gleichzeitig immer deutlicher vom Marktumfeld ab. Einen Riesenerfolg feierte Panasonic zudem im DSC-Markt, der traditionell nicht zur UE gezählt wird. Erstmals verzeichnen die Lumix Digitalkameras im Mai und Juni nach Stück und Wert einen Marktanteil von über zehn Prozent. Zehn Prozent weltweiter Marktanteil nach Stück am Ende des Geschäftsjahres 2007 (31.3.2007) – in Deutschland wurde diese Zielsetzung für Lumix bereits ein dreiviertel Jahr vor Frist realisiert. Lumix ist nach Stück und Wert mit Anteilen über zehn Prozent die Nummer drei im Markt. 10,2 Prozent Stück-Anteil standen dabei im Mai/Juni 11,1 Prozent Wertanteil gegenüber. Damit sei klar, daß der Handel bei den vielfach ausgezeichneten Lumix nach wie vor überdurchschnittliche Marktpreise realisieren könne und der in Stückzahlen ausgedrückte Erfolg keine künstlich erzeugte Blase sei, hieß es in der Pressemitteilung. Der Flat-TV-Bereich ist nach wie vor das Zugpferd der Unterhaltungselektronik. Allein bei Plasma-TV gewann der Markt vom ersten Halbjahr 2005 zum ersten Halbjahr 2006 über

49 Prozent an Volumen. Panasonic ist hier mit seinen Viera Plasma-Geräten unangefochtener Marktführer mit 28,3 Prozent Wertanteil. In der schnelllebigen Welt der Unterhaltungselektronik verdient nach Ansicht des Unternehmens ein Auschnitt aus dem Marktgeschehen besondere Beachtung: Seit Anfang Juni 2006 bis heute (die Pressemitteilung wurde Ende Juli verschickt) führt der Viera TH-42PV60 die wöchentlichen Verkaufscharts der Top 100 Plasma-Modelle an. Auch bei LCD Flachbildfernsehern, dem Boomsegment schlechthin, zeigt Panasonic mit knapp unter fünf Prozent Wertanteil aufsteigende Form. Mittelfristig plant das Unternehmen mit zweistelligen Marktanteilen. Auch der DVD-Recording-Markt wächst – wenn auch inzwischen moderat. Die unangefochtenen Lieblinge des Handels und der Konsumenten sind laut Hersteller die Panasonic Digas. Der Panasonic-Anteil am Gesamtmarkt mit DVD-Playern sowie -Recordern mit/ohne Festplatte beträgt mehr als 26 Prozent. Bei den Geräten mit Festplatte fällt die Panasonic-Dominanz sogar noch deutlicher aus: Knapp 34 Prozent des Marktes entfallen allein auf Panasonic. Mitte Juli platzierte Panasonic in den Verkaufscharts mit dem DMR-EH56 und -EH65 gleich zwei Modelle in den Top drei. Im Camcorder-Markt, der insgesamt rückläufig ist, konnte Panasonic den Status als starker Vize mit über 32 Prozent wertmäßigem Marktanteil halten. Der Markt setzte sich im ersten Halbjahr 2006 allerdings ganz anders zusammen als noch im ersten Halbjahr 2005. Betrug der Anteil der DVD-Camcorder vor einem Jahr noch keine acht Prozent, zeichnet heute bereits jeder fünfte verkaufte Camcorder auf DVD auf. Auch Geräte mit Aufnahme auf Speicherkarten gewinnen – zwar auf noch niedrigem Niveau – an Boden. Sicherlich hat die zunehmende Verbreitung von DVD-Playern/Recordern maßgeblich dazu beigetragen, daß der Absatz von DVC-Camcordern massiv um fast 20 Prozent nachgegeben hat.

außerdem ein bequemes Arbeiten auch auf Geschäftsreisen oder in längeren Besprechungen. Der Standard-Akku bietet bis zu 4,5 Stunden Laufzeit, der neue HP Hochleistungsakku sogar bis zu 14 Stunden. Zusätzlich zum Notebook erhalten Käufer wahlweise die web'n'walk Card WLAN oder die web'n'walk Card compact. Mit diesen Datenkarten von T-Mobile können Nutzer via HSPDA (High Speed Downlink Packet Access) mit Bandbreiten

von bis zu 1,8 Megabit pro Sekunde mobil surfen und Daten downloaden. Auch sehr große Dateien lassen sich so in kurzer Zeit auf den mobilen Rechner herunterladen. HSDPA steht bereits im gesamten UMTS-Netz von T-Mobile Deutschland zur Verfügung. Fester Bestandteil des Angebots ist ein T-Mobile Laufzeitvertrag, der aus dem Datentarif DataWeb und der Datenoption web'n'walk Large besteht. Dieses Paket

aus Datentarif plus Datenoption bietet dem professionellen Nutzer eine Quasi-Flatrate und Hot Spot Nutzung zu einem festen Preis von 59 Euro inklusive MwSt. pro Monat. Mit 5 Gigabyte Datenvolumen für den mobilen Datenverkehr per HSDPA/UMTS beziehungsweise EDGE/GPRS und 200 Stunden für WLAN Sitzungen an den Hotspots von T-Mobile und T-Com ist man für das mobile Arbeiten professionell und optimal gerüstet.

PoS Neuheiten

Garmin Navis der c500-Serie sind jetzt lieferbar



Garmin hat die sofortige Verfügbarkeit der StreetPilot c500-Serie bekanntgegeben. Alle Modelle der c500-Serie, das sind der StreetPilot c510, c510 deluxe und c550, verfügen über einen besonders empfindlichen GPS-Empfänger, ein helles und kontrastreiches Touchscreen-Display, Diebstahlschutz, ein schlankeres Design und konfigurierbare Fahrzeug-



Icons. Der StreetPilot c550 bietet zusätzlich eine Bluetooth-Freisprecheinrichtung, integrierte Verkehrsinformationsdienste, Abbiegekommandos mit Nennung der Straßennamen (Text to Speech) sowie einen MP3- und Hörbuchplayer. Der neue GPS-Empfänger mit SiRF III-Chipsatz ermöglicht eine besonders schnelle Aufnahme der GPS-Signale, die selbst unter dichtem Blattwerk und zwischen Hochhäusern aufrechterhalten werden. Neben dem veredelten Design, das die StreetPilot c500-Serie insgesamt schmal und klassischer macht,

verfügen die neuen Navis nun auch über eine Saugnapfhalterung mit Kugelenk. Dadurch läßt sich das Gerät ganz einfach an der Halterung befestigen oder von ihr entfernen. Für zusätzliche Sicherheit hat Garmin außerdem einen Diebstahlschutz entwickelt. Das Garmin Lock schaltet das Gerät aus, bis der Nutzer eine vierstellige PIN eingibt oder es an einen vorher bestimmten sicheren Standort bringt. Alle Geräte der StreetPilot c500-Serie enthalten zudem schicke PKW-Icons, aus denen sich der Nutzer witzige, individuelle Symbole, die das herkömmliche Pfeil-Zeichen ersetzen, aussuchen kann.

Zu den besonderen Merkmalen des neuen StreetPilot c550 zählt die Bluetooth-Freisprecheinrichtung mit integriertem Mikrofon und zwei Lautsprechern. Sie erlaubt den Nutzern Anrufe, ohne das Handy zur Hand nehmen zu müssen. Voraussetzung hierfür ist ein Bluetooth-kompatibles Mobiltelefon. Die Freisprechanlage bietet außerdem einen Eingang für ein externes Mikrofon und einen Stereo-Ausgang, mit dem der StreetPilot an eine Autostereoanlage angeschlossen werden kann. Der StreetPilot c550 unterstützt zudem den Import von Telefon- bzw. Adreßbuch und Ruflisten aus dem Mobiltelefon, so daß diese per einfachem Fingertip direkt am Display des Navis gewählt werden können.

Ebenso einfach und schnell können die Nutzer viele hunderttausend in den Kartendaten enthaltene Points of Interest (POI) und Einkaufsmöglichkeiten anrufen. Rezensionen zu diesen POIs können integriert werden (Garmin Travel Guide). Der StreetPilot c550 enthält außerdem einen TMC-Verkehrsfunkempfänger, der die Fahrer über die aktuelle Verkehrslage wie Unfälle, Baustellen und wetter-

bedingte Zwischenfälle unterrichtet. Wenn Staus drohen, berechnet das System automatisch optimale Umleitungen. Hierfür ist der StreetPilot c550 mit einer Wurfantenne ausgestattet, die sich mit Saugnapfen an der Windschutzscheibe befestigen läßt. Der StreetPilot c550 wird ab Werk mit hoch detaillierten City Navigator NT Karten von Zentral- und Westeuropa ausgeliefert. Die Kartendaten stammen von Navteq.

Tatung stellt auf der IFA neue Set-Top-Boxen vor



Tatung ist nach eigenen Angaben mit der neuen digitalen TV-Technologie auf einer Höhe und bietet zur IFA eine Serie von digitalen Set-Top-Boxen an. Die modernen Geräte gewährleisten je nach Modell den Empfang von digitalem Antennenfernsehen, digitalem Kabel- oder Satellitenfernsehen oder IP (Internet Protocol). Die Tatung Set-Top-Box STB5000 und ihre Variante STB5000C sollen hohen Ansprüchen gerecht werden, denn bei ihnen handelt es sich um Multimedia-Talente mit HD-Video-Eignung. So nutzt die STB5000 eine Doppelbandbreiten-Belegung, wodurch dem Anwender alle interaktiven digitalen Fernsehdienste zugänglich sind. Die Box verfügt über einen Video Software Decoder für HD Video sowie eine Intel DMI4.0 Schnittstelle mit DLNA Support. Zudem kann das Gerät auf einen umfangreichen Speicher inklusive PVR (Personal Video Recorder)-Funktion für intelligente Video-Einstellungen zugreifen. Tatungs STB5000C steht für den Empfang über IP zu Diensten. Problemlos kann Content aus dem Internet geladen

werden: VoD (Video on Demand) bzw. NVoD (Near Video on Demand) Service ermöglichen es dem Nutzer, zu beliebiger Zeit einen Film oder eine Auswahl von Videofilmen abzuspielen. Die Set-Top Box besitzt ein Intel 854 Chipset mit einem HD Decoding Co-Prozessor.

Die Tatung Set-Top-Box STB2000 für die IPTV-Plattform von Alcatel und Microsoft vereinigt gleich eine Vielzahl an Features in der SoC (System-On-Chip) Solution und sorgt für High Definition mit einer Auflösung von bis zu 1.080i. Der Tuner wird optional von den vier Broadcast-Technologien DVB-S/T/C und IP unterstützt. Das Gerät liefert Streams, die in MPEG-2, VC-1 oder H.264 und auch nach den neuen HDTV-Standards MPEG-4.10 (H.264) und MPEG-4.2 kodiert sind, zudem ist auch eine HDMI-Schnittstelle vorhanden. Als Ausgänge stehen des weiteren RJ45, Composite Video RCA, Stereo Audio output RCA, S-Video output, ebenso die Anschlußmöglichkeiten einer TV- und einer VCR-Scart Buchse zur Verfügung. Home Networking ist bei der STB2000 mittels PNA 3.0 und Home Plug ein Leichtes.

Auch die STB2300 bündelt sämtliche Features in der MIPS SoC Solution und hat das Video-Format MPEG-4.10 (H.264) und MPEG-4.2. Auffallend ist bei diesem Gerät das trendige Design. Als technische Besonderheiten sind die Streaming/DMA (Direct Memory Access)-Funktion, zahlreiche Ausgänge/Schnittstellen wie RJ45, Composite Video RCA, Stereo Audio output RCA, DC-in Switch, USB2.0. und HDMI zu nennen. Ein weiteres Talent aus der Set-Top Box-Produktreihe von Tatung ist die EG2000. Die Triple-Play-Applikation macht digitales Fernsehen über DVB-T/DVB-C möglich.

4 Gigabyte SDHC-Karte von SanDisk



Die SanDisk Corporation hat die neue 4 Gigabyte SD High Capacity (SDHC) Karte vorgestellt. Die neuen Karten mit Speicherkapazitäten von 4 GB und höher bieten Klasse 2 in den Kategorien Geschwindigkeit und Leistung und können über 2.000 hochauflösende Bilder, mehr als 1.000 digitale Lieder oder auch bis zu acht Stunden Videos im MPEG 4-Format speichern. Die 4 GB SDHC-Karte ist im Set mit dem kostenlosen MicroMate USB 2.0 Leser erhältlich. Diese neuen Leser funktionieren mit SDHC- und SD-Karten. SDHC-Karten benötigen einen SDHC-kompatiblen Leser. SDHC ist die neue Bezeichnung für SD-Karten mit Speicherkapazitäten über



2 GB gemäß der SD-Spezifikation 2.00. Diese wurde von der SD-Association entwickelt und definiert drei Klassen hinsichtlich Geschwindigkeit und Leistung. Die SD- und SDHC-Karten sind in Größe und Form identisch. Die neuen SDHC-Karten können nur für SDHC-kompatible Produkte eingesetzt werden. SanDisk kennzeichnet seine neuen Karten mit einem neuen SDHC-Logo und einer neuen Verpackung.

Ich kaufe Wacom bei ComLine!

WACOM Cintiq 21UX



Das Cintiq 21UX Interactive Pen Display ist Ihr perfektes Instrument für die Arbeit in kreativen digitalen Anwendungen – mit Cintiq 21UX arbeiten Sie intuitiver, produktiver und effektiver als jemals zuvor vor dem Bildschirm.

Art.Nr. GT-2021 **2.480,-**

WACOM Intuos3 A6 USB



Das Intuos3 A6 enthält alle Merkmale seiner größeren Varianten, erfüllt aber Ihre Eingabebedürfnisse auf einer kleineren Fläche – optimal für überfüllte Schreibtische und auch für unterwegs.

Art.Nr. GT-1107 **162,-**

WACOM Graphire4 Studio



Kontraste verbessern, störende Elemente entfernen, Belichtungsfehler korrigieren und vieles mehr... Mit dem Stift wird das Foto nur dort bearbeitet, wo es nötig ist – das ist der klare Vorteil gegenüber dem Einsatz automatischer Bildkorrekturen.

Art.Nr. GT-109808 **98,-**

WACOM Volito2



Einladungen, Geburtstagskarten oder kreative Urlaubsfotos – was immer Ihnen einfällt, bekommt jetzt am PC Ihre ganz persönliche Note. Der Marktführer Wacom liefert Ihnen mit Volito2 die bewährte und patentierte Technologie dafür.

Art.Nr. GT-1082 **33,-**

www.ComLine-Shop.de



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

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





HD-Paralysolution

Meldungen über Filme und Recorder für HD-DVD oder Blu-Ray haben den Status von UFO-Meldungen: Man liest und diskutiert über sie, macht Fotos von ihnen, und auf der IFA oder Consumer Electronics Show werden sie öfter gesichtet als an anderen Orten. An der Frage „Gibt es sie wirklich?“ scheiden sich die Geister.

Die einen sagen so, und die anderen sagen so. Wirklich sicher scheint es niemand zu wissen. Doch es könnte ja wahr sein oder werden. Deshalb hat die Industrie schon mal Fernsehgeräte mit HD-Auflösung entwickelt, die wegen ihrer „Zukunftssicherheit“ von vorausdenkenden Konsumenten gekauft werden.

Fernsehsendungen der Gegenwart sehen auf HD-TV-Geräten leider nicht so gut aus wie auf früheren Röhrengeräten. Aber irgendwann wird jede Zukunft zur Gegenwart. Und in einem Hit der 60er hieß es ja auch: „... heute ist vielleicht schon mooorgen“. Irgendwie scheint es zwischen HD- und UN-Resolutionen Parallelen zu geben: Man beschließt und veröffentlicht sie, man stellt sie allen Beteiligten und Betroffenen zu und verweist von Zeit zu Zeit auf sie. Resolutionen des UN-Sicherheitsrats sind völkerrechtlich und die des DVD-Konsortiums für die Industrie „verbindlich“.

Die UN-Resolution 1559 vom 2. September 2004 verlangt die Auflösung und Entwaffnung aller Milizen im Libanon. Was daraus geworden ist, erleben wir gerade. Und HD-TV-Programme dürfen zur Zeit zwangsweise nur auf Festplatten-Recordern aufgezeichnet werden. Doch Festplatte heißt auf Englisch „HD“ (Hard Disk), und „HD-TV“ ist vielleicht überhaupt nicht an den „hochauflösenden Nachfolger der DVD“ gebunden. Eine 250 GB fassende Hard Disk bekommt man für 58 Euro. Für zehn hochauflösende DVD-Rohlinge à 25 GB wird man 200 Euro bezahlen müssen.

Mag sein, daß die Festplatte ein bißchen schwerer ist, aber im Zeitalter der Ich-AGs und 1-Euro-Jobs kann sich jeder seinen eigenen „Datenträger“ leisten, auch ein Hartz IV-Empfänger.

evo

freedom

Toshiba braucht Ihre Kompetenz. Zur Unterstützung unseres Bereichs „Consumer Products“ suchen wir zum nächstmöglichen Termin einen qualifizierten Mitarbeiter (m/w) als

Vertriebsrepräsentant/Key Account Manager

Wir

Mit über 180.000 Mitarbeitern gehört Toshiba zu den Großen in der Welt der Elektrotechnik und Elektronik. Die TOSHIBA EUROPE GmbH vertreibt Produkte aus den Bereichen Informations- und Unterhaltungselektronik wie mobile Computer, HDD, DVD-Player, LCD Projektoren, Fernseher, Video-recorder u.a. Die Aktivitäten in diesen Geschäftsfeldern werden von unserer Hauptverwaltung in Neuss europaweit koordiniert und gesteuert.

Sie

- Abgeschlossene kaufmännische oder technische Berufsausbildung mit Zusatzqualifikation im Bereich Vertrieb oder Studium der BWL (oder vergleichbar)
- 3–5 Jahre Vertriebs Erfahrung im Bereich Unterhaltungselektronik (Fernsehen, DVD)
- Überdurchschnittlich erzielte Verkaufserfolge, belegbar durch Zeugnisse, Referenzen etc.
- Gute MS-Office-Kenntnisse
- Gute Englischkenntnisse
- Ausgeprägte Kommunikationsstärke
- Hohes Maß an Kontakt- und Konfliktfähigkeit
- Eigeninitiative und Verantwortungsbewußtsein
- Überdurchschnittliche Überzeugungs-fähigkeit und Abschlus-sicherheit
- Hohes Maß an Kundenorientierung
- Wohnsitz in dem Gebiet, das durch die Städte Hannover, Kassel, Köln und Düsseldorf begrenzt wird oder die Bereitschaft, den Wohnsitz dorthin zu verlegen.

Die Aufgabe

- Direkter und indirekter Vertrieb von Consumer Products („braune Ware“), insbesondere Fernseher und DVD-Player/-Recorder
- Betreuung von Key Accounts
- Erstellung von Verkaufs- und Absatzplanungen
- Durchführung von Verkaufsaktionen
- Betreuung und Unterstützung des Fachhandels durch Informationen, Beratung und Durchführung von Verkaufsförderungsmaßnahmen
- Durchführung der Mitbewerbsbeobachtung (Aktivitäten, Preise, Marktsituation)
- Erstellung von Auswertungen und Berichten für das Management

Wollen Sie sich mit unserem Motto „Choose freedom“ identifizieren? Dann senden Sie Ihre kompletten Bewerbungsunterlagen mit Angabe Ihres Gehaltswunsches bitte an unsere Personalabteilung. Für eine telefonische Vorabinformation steht Ihnen Herr Arndt Reichmann (Tel. 02131 - 158-126) gerne zur Verfügung. E-Mail: arndt.reichmann@toshiba-teg.com - www.toshiba-teg.com

TOSHIBA EUROPE GMBH
Hammfelddamm 8 - 41460 Neuss - Tel. (02131) 158-01

Kundenzufriedenheit ?

Mitarbeiterzufriedenheit ?

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

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

ONCENTRA
Marketing Research **The full measure of Marketing Research**

20 Jahre Erfahrung in der Marktforschung

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

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

IMPRESSUM			
PoS-MAIL Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.	Verlegerische Leitung: Thomas Blömer, DGPh.	Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste Nr. 7 v. 1. Januar 2006	Manuskripte wird keine Verantwortung übernommen. Rückporto ist beizufügen.
	Objektmanagement: Franz Wagner		
	Redaktion: Thomas Blömer, DGPh. (verantwortlich) Franz Wagner Dipl. Journ. Herbert Päge Dipl. rer. pol. Karla Schulze Lidija Mizdrak, M.A.		
	Text- und Bildbeiträge: Georg Reime		
	Anzeigen: Ralf Gruna		
PoS-MAIL Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.	Layout und Herstellung: Susanne Blum, Detlef Gruss, Dieter Heilenbach, Albert Willmann	Vertrieb: Silke Gräbel	Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen. Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk. Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.
PoS-MAIL Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.	Satz und Repro: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen	Druck: Druckerei Bachem Köln-Mülheim	Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,– € jährlich (Ausland: 80,– €). Die Zustellung ist im Preis enthalten.
PoS-MAIL Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.	Vertrieb: Silke Gräbel	Satz und Repro: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen	Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,– € jährlich (Ausland: 80,– €). Die Zustellung ist im Preis enthalten.
PoS-MAIL Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.	Satz und Repro: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen	Druck: Druckerei Bachem Köln-Mülheim	Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,– € jährlich (Ausland: 80,– €). Die Zustellung ist im Preis enthalten.
PoS-MAIL Informationen für High-Tech-Marketing erscheint monatlich.	Vertrieb: Silke Gräbel	Satz und Repro: C.A.T.-Verlag Blömer GmbH, Ratingen	Erscheinungsweise: PoS-MAIL erscheint monatlich. Der Abonnementspreis beträgt 60,– € jährlich (Ausland: 80,– €). Die Zustellung ist im Preis enthalten.



EINE STARKE MARKE

TEIL 2

„Marken schaffen heißt, Dingen eine eigene Persönlichkeit zu verleihen, sie unverwechselbar zu machen.“

zitiert aus dem Jahrbuch Superbrands® 2005

Andreas Arntzen, Geschäftsführer der Handelsblatt GmbH
(Jury-Mitglied Superbrands® 2005)



Als führender Audio-Spezialist im deutschen Markt wurde BOSE® von der Jury der internationalen „Superbrands“-Organisation mit dem Titel „Superbrand Germany 2005“ ausgezeichnet. Seit zehn Jahren wird dieser Titel in mehr als 40 Ländern an die besten Produkt- und Unternehmensmarken verliehen. Neben der hervorragenden Markenführung und dem hohen Bekanntheitsgrad war auch das Partner 2000-Vertriebskonzept ein entscheidender Grund, warum die Wahl in diesem Jahr auf BOSE® fiel: „Das Bose-Vertriebskonzept gilt heute als beispielhaft in den europäischen Märkten!“

Marke gewinnt – Gewinnen Sie mit BOSE®!

BOSE®
Better sound through research®



Stellen Sie sich vor: Zeit für einen Neustart. Die Weltneuheit von Samsung: LCD-TV mit LED-Technologie.

Mit dem Samsung LCD-TV mit LED-Technologie bricht eine neue Epoche des Fernsehens an. Aus bislang nicht gekannten Schwarz- und Kontrastwerten werden faszinierend lebendige, wahre Farben. Starten Sie jetzt neu. Der EISA Innovationspreis Gewinner 2006/2007 wird garantiert auch Ihre Kunden begeistern. Mit dem Samsung LCD-TV mit LED-Technologie ist eben alles vorstellbar. www.samsung.de