

POS-MAIL

September 2008

ISSN 1615 - 0635 • 5,- €

9. Jahrgang • 51612

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

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



Vollendet einfach.
Einfach perfekt.
Unsere Weltpremiere
zur IFA: Loewe Art.

Besuchen Sie uns auf der
Internationalen Funkaus-
stellung in Berlin in Halle
6.2/Stand 201.

LOEWE.

IFA voll auf Kurs

Trends für den Fachhandel

Als weltweit bedeutendste Messe für Consumer Electronics zeigt die IFA 2008 ein großes Neuheiten-Spektrum vom Großbild-Display bis zum winzigen TV-Handy, von mobilen Media-Playern über Navigationssysteme bis zum kompletten Heimkino. In diesem Jahr soll die Präsentation von „Weißer Ware“ auf der Home Appliances zudem deutlich machen, wie eng Produktsegmente und Vertriebswege in der digitalen Welt zusammenrücken. Für die Repräsentanten der großen CE-Kooperationen und viele Fachhändler steht fest: Bei immer komplexeren Systemen geht ohne Beratung nichts.

Entsprechend optimistisch sind die Umsatzerwartungen für das laufende Jahr: Konsumflaute hin oder her, der High-Tech-Fachhandel erwartet von der IFA spürbare Wachstumsimpulse. Dabei sind und bleiben Fernsehgeräte die Markttreiber Nr. 1: Der Absatz von

Flachbild-TVs soll in diesem Jahr auf 5,3 Millionen Geräte steigen; 2005 waren es noch 1,6 Millionen. Und die Konsumenten wollen Zukunftssicherheit: Über 90 Prozent des Umsatzes wird mit HDready- und Full-HD-Geräten gemacht.

Durchblick gefragt

Anders als früher steht der Fernseher heute nicht mehr allein, sondern bildet (oft ergänzt durch den PC) den Mittelpunkt einer immer vielfältiger werdenden digitalen Entertainmentwelt. Blu-ray, Home Cinema Systeme, mobile Geräte, Videokonsolen, PCs und Notebooks rücken per USB und WLAN zu mehr oder weniger kompletten Netzwerken zusammen – und damit wächst nicht nur die Zahl der Möglichkeiten, sondern oft auch die Verwirrung der Verbraucher. Damit wird der qualifizierte Fachhandel immer wichtiger – und zwar nicht nur für die Kunden, sondern auch für die

Industrie, denn erst mit kompetenter Beratung können die Umsatzpotentiale wirklich ausgeschöpft werden. Kein Wunder, dass die Vertreter des Fachhandels von der IFA weitere Wachstumsimpulse erwarten.

„Flat-TVs stehen voll im Trend und sind absolute Renner und Dauerbrenner. Full-HD-Auflösung von 1.920 x 1.080 Pixeln und 100-Hz-Technologie werden wohl die meist gebrauchten ‚Schlagworte‘ auf der IFA 2008 in diesem Bereich sein“, ist sich Franz Schnur, Geschäftsführer der telering Marketing GmbH & Co. KG, sicher. „Nachdem sich die Blu-ray Disc als Medium für High Definition Content durchgesetzt hat, können

FUNAI
DIGITAL VISUAL ENTERTAINMENT
www.funai.de



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

Gastkommentar: IFA mit Brauner und Weißer Ware



Henrik Köhler,
Geschäftsführer
Philips GmbH,
Leiter der Sparte
Philips Consumer
Lifestyle

Liebe Handelspartner,

der stetige Wandel der Consumer Electronics Branche hat nun auch das Konzept der IFA positiv verändert. Namentlich hält mit „Home Appliances@IFA“ erstmalig der Bereich Weiße Ware Einzug in die Erfolgsgeschichte der IFA.

Dies ist eine konsequente Folge der Marktentwicklung. Die Bedürfnisse der Verbraucher haben sich verändert. Zukünftig wird es vielmehr darum gehen, Produkte anzubieten, die sich nahtlos in den Alltag der Menschen einfügen und auch deren Lebensstil widerspiegeln. Wir, als eines der Markt bestimmenden Unternehmen in diesem Bereich, haben diesen Weg schon beschritten, indem wir zu Beginn des Jahres unsere Geschäftsbereiche Consumer Electronics und Elektro-Hausgeräte zu Consumer Lifestyle zusammengelegt haben. Wir sind uns sicher, dass die IFA mit der Zusammenführung der Braunen und Weißen Ware genau den richtigen Weg beschreitet.

Nicht zuletzt durch diese Neuerung besitzt die diesjährige IFA wohl eine besondere Anziehungskraft für Konsumenten, Händler, Einkäufer und die Industrie. An Innovation und zukunftsweisenden Produkten wird es auch in diesem Jahr nicht mangeln, und durch die Integration der Elektrohausgeräte wird das mediale Interesse an der IFA einen neuen Höhepunkt erreichen. Die Messehallen unter dem Berliner Funkturm werden wieder zum wichtigsten Treffpunkt einer gesamten Branche.

Ich möchte Sie ganz herzlich dazu einladen, das Potential und die Chancen der neuen IFA wahrzunehmen, sie als Plattform zu nutzen, um sich dort über die Verschmelzung von Consumer Electronics und Elektrohausgeräten intensiv auszutauschen. Lassen Sie uns auch gemeinsam Konzepte entwickeln, um den sich ständig verändernden Ansprüchen und Bedürfnissen der Verbraucher noch besser und zielgenauer begegnen zu können. Die IFA bietet hierfür eine ideale Plattform.

Ich freue mich, Sie in Berlin sehen zu können!
Herzliche Grüße Ihr

Henrik Köhler

wir hier schon jetzt eine kontinuierlich steigende Nachfrage beobachten. Moderne Home Cinema Systeme liefern hervorragenden Klang in ästhetisch designten Produkten und werden sich ebenfalls großer Nachfrage erfreuen“, so Schnur.

Im Zuge der Digitalisierung gewinnt die Vernetzung der Geräte untereinander sowie Streaming an Bedeutung.

„USB-Schnittstellen und Kartenslots machen die Vernetzung so leicht wie nie“, erläutert Franz Schnur, „und die Nutzung von Unterhaltungs- und Informationsinhalten via Breitbandanschluß (DSL) gewinnt rasant an Bedeutung.“



Franz Schnur

Notebooks und Games

Ähnlich sieht dies auch Volker Müller, Vorstandsvorsitzender der expert AG: „Im TV-Bereich geht der Trend in Richtung Full-HD und die 100-Hz-Technologie trägt das ihre zur Bildverbesserung bei. Im Weihnachtsgeschäft wird auch der portable Flach-TV im Mittelpunkt stehen. Der ideale Zuspäher für diese TV-Generation ist dabei der Blu-ray DVD-Player“, so Müller.

„Gute Absatzzahlen erwarten wir auch weiterhin von Digitalkameras mit höherwertiger Ausstattung. Auch Navigationsgeräte liegen gut im Rennen. Einen absoluten Schwerpunkt im Weihnachtsgeschäft werden dieses Jahr die Notebooks sein“, weiß Volker Müller. „Zum einen die Mini-Notebooks und die 17-Zoll-Notebooks als Ersatz für die bisherigen Computer. Spiele waren bereits im ersten Halbjahr bei expert eine Erfolgsgeschichte, die sich im Weihnachtsgeschäft noch einmal verstärken dürfte. Als absoluten Renner für Technologiefreaks erwarten wir die PS3 von Sony, die mit einem Blu-ray Player ausgestattet ist und als idealer Zuspäher für die Full-HD-TV-Geräte fungiert“, schließt Müller.



Volker Müller

„Die PS3 ist der ideale Zuspäher für Full HD-TV-Displays.“

Volker Müller

Auch für Werner Winkelmann, Vorstandssprecher Euronics Deutschland eG, steht der Fernseher im Mittelpunkt. „Großformatige Flach-

bildfernseher bilden weiterhin das Schwerpunktgeschäft für den Elektrofachhandel in Deutschland. Das Interesse der Konsumenten an größeren Bildformaten von 47 bis 52 Zoll wächst, ebenso wie das an Digitalkameras, mobilen Navigationsgeräten und MP3-Playern“, bekräftigt Winkelmann.

Ebenso wie Volker Müller sieht auch Oliver Haubrich, Geschäftsführer der ElectronicPartner GmbH, Notebooks neben LC-Displays als zweite treibende Kraft im Markt. „Einer der wichtigsten Schwerpunkte für die kommende Saison sind sicher nach wie vor TV-Geräte im Bereich LCD mit großen Bildschirmdiagonalen. Dazu bringt der IT-Bereich in dem Segment Notebook mit den neuen kleinen Net-Books hochleistungsstarke Mini-Alleskönner zu attraktiven Preisen auf den Markt, die wichtige Kaufimpulse bringen.“ „Darüber hinaus wird auch der Bereich Mobilfunk mit schicken neuen Handy-Geräten, die dem i-Phone nacheifern, einen wichtigen Trend gestalten“, unterstreicht Haubrich.



Werner Winkelmann



Oliver Haubrich

Ware zeigen genügt nicht

Im modernen CE-Business erwartet der Endkunde künftig mehr, als eine Warenpräsentation. „Der Systemlösungsgedanke muss in den Vordergrund gestellt werden“, proklamiert Franz Schnur. „Hierzu sind womöglich Veränderungen am PoS vorzunehmen. Nicht mehr nur ‚eine TV-Wand‘, sondern die Schaffung von („IQ“) Beratungs-Inseln, die sortimentsübergreifend alle Vorteile der digitalen Anwendungen darstellen und erklären.“

Volker Müller sieht in der Beratung eine der Kernfunktionen des Fachhandels. „Dem Kunden müssen die Geräte verkauft werden, die für seinen Bedarf am besten geeignet sind. Bei Flachbildfernsehern spielt zum Beispiel der Abstand zwischen Bildschirm und Zuschauer eine große Rolle; hier ist die kompetente Beratung enorm wichtig.“

Und hier kann der High-Tech-Fachhandel mehr leisten als andere Vertriebsformen. „Langfristig können sich Fachhändler durchsetzen, die dem Kunden einen Mehrwert bieten und mit Qualität von Produkten sowie Dienstleistungen überzeugen“, erklärt Wer-

ner Winkelmann. „Service-, Produkt- und Sortimentskompetenz werden immer entscheidender. High Definition und die zahlreichen neuen Möglichkeiten der Medienvernetzung schaffen heute nicht nur Technikbegeisterung, sondern auch einen hohen Beratungsbedarf.“

Auch Oliver Haubrich sieht in der Beratung einen entscheidenden Faktor. „Der serviceorientierte Fachhandel ist für die kommende Saison gut gerüstet. Denn auf Dauer werden Full-HD-Technik, eine 100-Hertz-Technologie sowie die Kombination mit digitalen Empfangsanlagen die Nachfrage der Endkunden bestimmen. Um diese optimal zu bedienen, müssen die Fachhändler exzellent aufgestellt und ausgebildet sein.“

Heimvernetzung weckt Begeisterung

Obgleich sich hier noch immer kein Massenmarkt entwickelt hat, spielt die Heimvernetzung aus Sicht der Kooperationen eine immer größere Rolle. „Das Geschäft mit der Heimvernetzung bleibt leider voraussichtlich hinter den Erwartungen zurück“, bedauert Werner Winkelmann, betont aber: „Für den Fachhandel hat das Thema dennoch große Bedeutung. Der Aufklärungsbedarf ist groß. Technische Möglichkeiten und Komfort, wie sie beispielsweise ein Media-Center bieten kann, sind vielen Verbrauchern noch unbekannt. Fachhänd-

„Fachhändler müssen exzellent aufgestellt und ausgebildet sein.“

Oliver Haubrich

ler, die Elemente der Heimvernetzung anschaulich am Point of Sale erklären, können schnell Begeisterung beim Kunden wecken.“

„Einfache Geräte dienen in erster Linie der Verwaltung von Musikdateien, digitalen Bildern, Filmen und gelegentlich Spielen. Diese geschlossenen Systeme sind schnell anzuschließen und sofort betriebsbereit. Dadurch sind sie zwar sehr kundenfreundlich, schränken jedoch perspektivisch den Nutzungsgrad ein. Bevorzugt werden solche Systeme derzeit von Verbrauchern, die die Vorteile einer zentralen Verwaltung mittels einer bedienerfreundlichen, selbsterklärenden Oberfläche schätzen“, so Winkelmann weiter. Volker Müller sieht einen Motor in der PS3 und neuer Videosoftware. „Nach Ende des Systemstreits zwischen HD-DVD und Blu-ray hat sich die Plattform durchgesetzt, die in die Playstation 3 integriert ist“, ergänzt der expert-Chef. „Diese Entwicklung beflügelt

den Absatz von Software auf Blu-ray in Full-HD-Auflösung. Die Integration von Internetinhalten oder -diensten in das Fernsehgerät im Wohnzimmer wird vorankommen und auf der IFA werden interessante Lösungsansätze von den Anbietern gezeigt. Aber auch hier ist dringend kompetente Beratung geboten.“

Oliver Haubrich legt mit der Speicherproblematik einen weiteren

„Das Internet wird zunehmend in das Fernsehgerät integriert.“

Volker Müller

wichtigen Aspekt zur Verbreitung von Heimnetzwerken dar. „Das Thema ‚Heimvernetzung‘ wird auf lange Sicht immer wichtiger. Gründe hierfür liegen zum Beispiel in der ‚Storage-Thematik‘. Viele Konsumenten stellen ihre Bild-, Ton- und Filmarchive zunehmend auf digitale Medien um. Dazu ersetzen die Verbraucher ihre PC-Hardware zunehmend durch Notebooks für jedes Familienmitglied. Diese ‚Single-Function-Geräte‘ werden dann über Heimvernetzungslösungen zum Beispiel durch einen zentralen Server mit allen vernetzbaren Funktionselementen eines Haushaltes verknüpft. Zu beachten ist, dass das Thema ‚Heimvernetzung‘ sehr wissens- und beratungsintensiv ist“, so Haubrich.

Für Franz Schnur ist die Heimvernetzung die ideale Ausgangsbasis zum Verkauf hochwertiger Produkte. „In der kommenden Saison wird der Fachhandel seinen Kunden die Produkte anbieten, welche für die zukünftig weiter steigenden Anforderungen im Zuge der Digitalisierung ausgerüstet sind. Das können dann zwangsläufig keine ‚Einstiegs- oder Mainstream-Produkte‘ sein, sondern

„Premium-Geräte bieten die Chance zur wertorientierten Vermarktung.“

Franz Schnur

Premiumgeräte, die eben mit den verschiedensten digitalen Schnittstellen ausgestattet sind. Hier bietet sich die Chance für den Fachhandel zur wertorientierten Vermarktung technisch anspruchsvoller Produkte, mit sichtbarem Nutzen für den Endanwender“, bringt es Schnur auf den Punkt.

Mehr Umsatz in 2008

Insgesamt erwarten die Kooperationen weiterhin gute Geschäfte. „Der Euronics Fachhandel wird in 2007/2008 ein deutliches Umsatzplus erwirtschaften. Gegenüber dem Vorjahr baut unsere Verbundgruppe ihre Marktposition weiter aus. Auch bei der ‚Weißen

Ware‘ hat Euronics eine Wertschöpfung erreicht, die deutlich über dem Marktdurchschnitt liegt“, geht Werner Winkelmann selbstbewusst in die zweite Jahreshälfte.

Auch Volker Müller zeigt sich zufrieden: „Wir erwarten für unser laufendes Geschäftsjahr (1.4.2008 bis 31.03.2009) einen Umsatzanstieg von zirka 3 Prozent, zu dem die weiter anhaltende Nachfrage nach Flat TV's erheblich beitragen wird. Die Fußball EM und die Olympischen Spiele in Peking haben bisher das Geschäft vorangetrieben. Jetzt wird sich die IFA positiv auf die Nachfrage auswirken. Vor diesem Hintergrund sind wir zuversichtlich, die gesetzten Ziele zu erreichen.“

Franz Schnur baut auf Qualität. „Bedingt durch unsere klare (‚IQ‘-) Markenstrategie, unsere Qualitätsoffensive, die unter dem Motto ‚IQ-Immer Qualität‘ steht, und die Ausrichtung auf fachhandelsorientierte Markenhersteller, die eine werthaltige und berechenbare Vertriebspolitik betreiben, wagen wir die Prognose, dass wir das Jahr 2008 mit einem deutlich zweistelligen Wachstum, im Bereich der Consumer Electronics, abschließen können.“

Der Handel bestimmt die Richtung

In weiten Bereichen stimmt der Fachhandel mit den Einschätzungen der Kooperationen überein, wenngleich vor allem im Bereich der Heimvernetzung die Einschätzungen vorsichtiger ausfallen.

Robert Feuchtgruber, Geschäftsführer expert Feuchtgruber, stellt das TV-Display klar in den Mittelpunkt des Geschäftes: „Auch im Jahresendgeschäft liegt der Absatzschwerpunkt weiterhin auf Flat-TV, und hier vor allem auf Full-HD-Geräten in den Bildschirmklassen ab 37 Zoll. Darüber hinaus werden Handys, Notebooks, Spielekonsolen, Digital-Foto und Navigation das Geschäft bestimmen.“

Dabei gilt es besonders bei der Ordertätigkeit auf die richtigen Lieferanten zu setzen. „Wir müssen uns für die richtigen Lieferanten und die richtigen Produkte entscheiden und diese ausreichend und zum richtigen Preis an Bord haben“, so Feuchtgruber. „Für diese Weichenstellung bietet die IFA uns und unseren Zentraleinkäufern die ideale Plattform.“

Der Heimvernetzung schenkt Robert Feuchtgruber besondere Beachtung. „Hier gibt es ja bereits



Robert Feuchtgruber

verkaufbare Produkte rund um das Heimkino und die Vernetzung von PC-Welt und Kommunikationsprodukten im Haushalt. Für die aktuelle Saison konzentrieren wir uns auf diese verkaufbaren Produkte“, erläutert Feuchtgruber.

Dennoch darf man die zukünftigen Entwicklungen nicht außer acht lassen: „Bei Innovationen und Zukunftsthemen gilt es für uns, am Ball zu bleiben, um unsere Kunden immer aktuell und kompetent informieren zu können.“

Für das laufende Jahr blickt man bei expert Feuchtgruber zuversichtlich nach vorne: „Auch nach dem sehr starken Vorjahr wollen wir weiter mit innovativen Produkten wachsen“, prognostiziert Robert Feuchtgruber.

In Ratingen bei Johann+Wittmer sind in dieser Saison ebenfalls klassische UE-Produkte am wichtigsten. „Für uns liegt der Schwerpunkt eindeutig auf Flachbild-Fernsehgeräten und Blu-ray Spielern“, so Geschäftsführer Dirk Wittmer. „Es ist abzu-sehen, dass sich Full-HD bis Ende dieses Jahres zum Standard entwickelt. Die Nachfrage bei Flat-TVs steigt besonders bei Displays mit großen Bilddiagonalen wie 47 und 50 beziehungsweise 52 Zoll“, ergänzt Wittmer.

Auch die Digitalfotografie erfreut sich weiterhin steigender Beliebtheit. „Bei Digital Foto ist eine erfreuliche Nachfrage nach farbigen Modellen, besonders blau und rosa, festzustellen, wobei das Gehäuse möglichst kompakt und aus Metall sein muss. Darüber hinaus fragen unsere Kunden zunehmend nach größeren Kameradisplay wie 2,5 Zoll und 3 Zoll“, ergänzt Dirk Wittmer.

„Bei MP3-Playern steigt der Anteil der Geräte mit Videofunktion. Bei HiFi-Geräten gibt es eine Renaissance des hochwertigen Heimkinoreceivers, was zu einer erfreulichen Erhöhung des Durchschnittspreises führt“, bemerkt Wittmer.

Bei der Heimvernetzung sieht Dirk Wittmer derzeit keine durchgreifende Änderung: „Es ist leider nur ein leichter Anstieg der Nachfrage nach Heimvernetzung zu verzeichnen.“ Insgesamt erwartet man auch bei Johann+Wittmer eine Umsatzsteigerung gegenüber dem Vorjahr: „Diese resultiert hauptsächlich aus den steigenden Verkäufen im LCD-TV-Segment. Der Wertverfall wird in diesem Fall durch die starke Nachfrage kompensiert. Darüber hinaus ist



Dirk Wittmer

ein reger Absatz bei Blu-ray Spielern, Digital Foto und MP3-Playern inklusive Zubehör zu verzeichnen.“

Wie in den vergangenen zwei Jahren sieht man auch bei der Brömmelhaupt Großhandels-GmbH in Frechen eine steigende Nachfrage nach Flachbildschirmen. „Der Anteil an LCD-Schirmen wird sich gegenüber den Plasma-Displays weiter vergrößern, und auch der Trend hin zu Displays größer 32 Zoll in Full-HD nimmt weiter zu“, so Dr. Ernst-Dieter Drosdek, Geschäftsführer bei Brömmelhaupt. „Im DVD-Recording-Bereich hat sich der Absatz stabilisiert, wobei die Verbraucher immer besser ausgestattete Geräte mit größeren Festplattenkapazitäten favorisieren. Blu-ray Player haben einen guten Start hingelegt. Auch hier werden die steigenden Stückzahlen den Preisverfall beschleunigen und die Marktdurchdringung steigern. Dieser Prozess wird sich schon in dieser Saison zeigen“, so Drosdek.

„Im Empfangsbereich geht die Tendenz zu HDTV-Festplattenrezeivern und Receivern mit HDMI-Schnittstelle“, ergänzt Dr. Drosdek.

Wichtig für den Fachhandel ist es, bei allen neuen Gerätegenerationen eine hohe Beratungsleistung bieten zu können. „Die höherwertige technische Ausstattung der Geräte zieht einen erhöhten Beratungsbedarf nach sich. Hier hat in den vergangenen Monaten eine klare Umsatzverlagerung in Richtung des qualifizierten Fachhandels stattgefunden. Dieser Trend wird bei weiterer Technisierung auch anhalten. Die passende Lösung des individuellen Kundenproblems wird der Schlüssel zum Erfolg sein“, mahnt Drosdek.

Kritisch sieht Dr. Drosdek die Bedeutung der Heimvernetzung bis Jahresende: „Die Vernetzungsmöglichkeiten verschiedener Geräte spielen zur Zeit noch eine untergeordnete Rolle. Wir gehen davon aus, dass dieser Bereich vor allem nach intensiver Fachhandelsschulung an Bedeutung zunehmen wird. Den Weg ebnen ...



Dr. E.-Dieter Drosdek

Fortsetzung auf Seite 60

POS-MAIL

INHALT

Aktuell	... 4
Displays	... 6
Panasonic erringt Awards in allen CE-Bereichen	... 8
JVC auf der IFA 2008: Ein Feuerwerk von innovativen, umweltfreundlichen Produkten	... 12
Loewe Art SL Fernseher – Individual Mediacenter	... 14
Unterhaltungselektronik	... 16
Sony zeigt auf der IFA Produktneuheiten auf über 6.000 m²	... 18
Starker AKG Auftritt mit umfangreicher, innovativer Produktpalette	... 24
Sharp macht schlank/Sharp macht grün	... 26
Satellitentechnik	... 28
photokina-guide	... 29



Samsung: Neues Handelskonzept, neue Vertriebsstruktur und neue Produkte ... 31

Internationales Business Forum „Memories on demand“	... 38
Sennheiser: Praxisorientiertes Zubehör für Handys	... 40
Der Highlander unter den Vinyl-Plattenspielern: Technics SL-1210 MK2	... 41

Olympus und Panasonic stellen das neue Micro Four Thirds System vor	... 42
General Imaging kommt mit GE Kameras zur photokina	... 43
Samsung: Bluetooth-Zubehör für Next-Generation-Handys	... 44
TechniSat: Weltempfänger und LCD-TV	... 44
Interview mit Egon Minar, Vorstand Sales and Marketing bei Navigon	... 46
Telekommunikation	... 47, 52, 53, 55
The Phone House stellt neues Franchisemodell vor	... 48
Merian stellt auf der IFA zwei neue Produkte vor: Die Navigatorfamilie wächst	... 49
Telekom-Konzern mit drei Marken auf der IFA 2008	... 50
Navigation	... 51
Falk hat sich auch bei den Navis als Marke etabliert	... 54
Philips: Streamium Wireless Music System	... 56
MP3	... 57
Der Desktop ist zukünftig überall: Cloud Computing	... 58
Kabelloses HDTV: Wirrwarr der Übertragungs-Systeme statt Kabelgewirr?	... 60
Games	... 61
Kleinanzeigen	... 62
No(?)sense	... 62
Impressum	... 62

PoS-Aktuell

Gerrit Dewner ist Channel Manager bei Belkin

Die Belkin GmbH hat Gerrit Dewner zum Channel Manager für das Reseller Business ernannt. Der 39-jährige ist in seiner neuen Position für die Vertriebsaktivitäten im Resellergeschäft in der DACH Region verantwortlich. Vor seinem Wechsel zu Belkin war Gerrit Dewner bei Logitech im Key Account Management für Systemhäuser, den Fachhandel und Corporate Accounts tätig. In vorherigen Sales-Positionen für Samsung und InFocus zeichnete Dewner für Distributoren, Fachhändler und Systemhäuser im Business-Kanal verantwortlich. www.belkin.de



Gerrit Dewner

GN mit neuem General Manager Central EMEA

GN Netcom hat Mark Richter zum General Manager Central EMEA ernannt. In seiner neuen Position verantwortet Richter ab sofort die Geschäfte des führenden Experten innovativer Headset-Lösungen in den Regionen Deutschland, Österreich und der Schweiz (DACH) sowie Benelux. Damit tritt er die Nachfolge von Jürgen Fischer an, der neben seiner Position als Vice President EMEA Sales ins Global Management Team berufen wurde. Mit der Beförderung zum General Manager Central EMEA rückt Mark Richter an die Spitze des zentraleuropäischen Managements von GN Netcom. Diesen Aufgabenbereich übernimmt er von Jürgen Fischer, der als Vice President EMEA Sales zum Mitglied des Global Management Teams ernannt wurde und ab sofort direkt an Toon Bouten, CEO von GN Netcom, berichtet. www.jabra.com



Mark Richter

Pascal Schmidt leitet Marketing von Nintendo

Rückwirkend zum 1. Juli wurde Pascal Schmidt (36) zum neuen Head of Marketing von Nintendo Deutschland (Nintendo of Europe GmbH) ernannt. Er ist seit 2005 für das Unternehmen tätig und war zuletzt als Senior Marketing Manager für die Abteilung Consumer Marketing & PR verantwortlich. Unter anderem hat er die Markteinführung der Heimkonsole Wii und des tragbaren Nintendo DS begleitet. Schon vor seiner Zeit bei Nintendo hat Pascal Schmidt in unterschiedlichen Unternehmen und Funktionen Erfahrungen in Sachen Videospiel, Marketing und PR gesammelt. Zuletzt leitete er das cdv-Studio. www.nintendo.de



Pascal Schmidt

Samsung Printing Division erweitert Sales-Team

Ralf Wolter verstärkt zusammen mit Marco Müller zukünftig das Large- und Key Account Team. Das Sales Team vergrößert sich um die beiden Gebietsverkaufsleiter Christian Haas und Sven Kiebitz. Die Positionen der Regional-Vertriebsleiter übernehmen Rainer Gross und Jens Greine, der ebenfalls neu im Team ist. Der Ausbau des Sales-Teams ist ein weiterer konsequenter Schritt zum Ausbau des B2B-Geschäftes. Seit April verstärkt Marco Müller, der bisher als Gebietsverkaufsleiter West tätig war, das Large- und Key-Account Team von Ingo Dewitz und übernimmt die Position des Key Account Managers. Ralf Wolter übernimmt das Großkundengeschäft für Norddeutschland inklusive der östlichen Bundesländer Berlin, Brandenburg und Mecklenburg-Vorpommern. Christian Haas ist seit April als Gebietsverkaufsleiter Ost tätig und übernimmt den Bereich Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen. Sven Kiebitz, zuvor bei Kyocera Mita, übernimmt als Gebietsverkaufsleiter Nordbayern. Als neuer Regional-Vertriebsleiter Süd verantwortet Rainer Gross zukünftig die Sales-Aktivitäten im Süden der Republik. Zuvor war Gross als Vertriebsleiter bei Kyocera Mita tätig. Der langjährige Vertriebsprofi Jens Greine, bisher Gebietsverkaufsleiter für NRW, hat seit Anfang Juli als neuer Regional-Vertriebsleiter Nord die Vertriebs-Verantwortung für den Nordteil Deutschlands übernommen. www.samsung.de

ALPINE
Mobile Media Solutions

eX-10 iPod-Anbindung der Extraklasse!

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

Bluetooth

Mehr Infos unter www.alpine.de

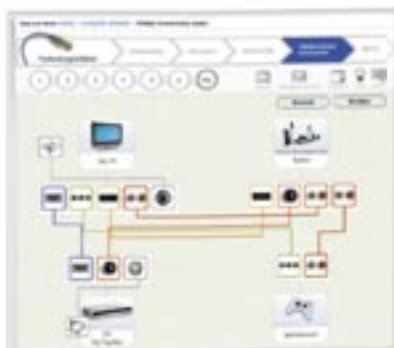
land/Österreich/Schweiz leiten und direkt an Stefan Krings, Managing Director GSA, berichten. Robert Kynast übernimmt seine Tätigkeit mit sofortiger Wirkung. Er schaut mittlerweile auf mehr als acht erfolgreiche Jahre in führenden Unternehmen der Entertainmentbranche zurück und war in den letzten vier Jahren als Finance Director für Take-Two Interactive Deutschland tätig. Zuvor war Kynast in gleicher Position bei Ubisoft beschäftigt. www.thq.de



Robert Kynast

Philips bietet Anschluss-hilfe im Internet

Ab sofort bietet Philips im Internet einen Verbindungsleitfaden an, der helfen soll, Home Entertainment-Geräte schnell und problemlos an einen Fernseher anzuschließen. Der Verbindungsleitfaden fragt den Benutzer im ersten Schritt, ob er einen herkömmlichen TV oder einen Flat-TV besitzt. Im zweiten Schritt erkundigt er sich, welche Geräte angeschlossen werden sollen wie zum Beispiel DVD-Player, HiFi-Receiver oder Settop-Box. Anschließend fragt er, welche Anschlüsse an



den jeweiligen Geräten verfügbar sind, und im letzten Schritt zeigt er die für die Verbindung benötigten Kabel auf. Um auf Nummer Sicher zu gehen, wird jeder einzelne Schritt anschaulich mit Hilfe von Symbolen illustriert. „Wir haben nahezu alle möglichen Varianten von Verbindungen und Produkten abgedeckt, auch die für die Produkte anderer Hersteller“, freut sich Jasmin Bechler, Senior Marketing Manager Connected Displays bei Philips. www.philips.com/connectivityguide/

Panasonic ist Euro-sport HD Partner

Panasonic und die Eurosport Gruppe sind eine europaweite Kooperation eingegangen: Der japanische Elektronikhersteller ist offizieller Partner des Sportsenders Eurosport, der sein Programm seit dem Start der French Open 2008 auch in HD-Qualität ausstrahlt. Im Rahmen einer umfassenden Multimedia-Kampagne wollen Panasonic und Eurosport die herausragenden Eigenschaften der HD-Technologie und ihre besondere Qualität bei der Übertragung der wichtigsten internationalen Sport-Ereignisse kommunizieren. www.panasonic.de

„QualiFee“-Werbe-paket von Teling

Die QualiFee der Teling-Fachhandelskooperation personalisiert den IQ-Gedanken und ist die glaubwürdige Qualitätsbotschafterin des Fachhandels. Damit alle 2.080 Fachhandels-Mitglieder über Einzelaktionen hinaus vom Verkaufstalent der QualiFee profitieren können, hat die Teling-Kooperation jetzt ein umfangreiches Werbemittelpaket aufgelegt. Neben einer QualiFee in Lebensgröße enthält das Paket unter anderem Schaufenster- und Deckenhänger, Vorlagen für Tageszeitungsanzeigen, Produktaufsteller und einen Werbetrailer auf



DVD. In diesem bringt die QualiFee dem Endverbraucher die vielen Vorteile, die der Einkauf im Fachhandel mit sich bringt, auf unterhaltsame Art und Weise nahe. Die Poster weisen auf konkrete Fachhandelsthemen hin. Erstklassige Qualität, freundlicher Service und schnelle, kompetente Reparatur sind die Pluspunkte, auf die die QualiFee dort aufmerksam macht. „Der Clou des Paketes ist die QualiFee in Lebensgröße – sie wird einfach in jedem Geschäft der Blickfang“, ist sich Teling-Geschäftsführer Franz Schnur sicher. „Eine sympathische Einkaufsberaterin und Freundin, der man auf Anhieb vertraut.“ www.teling.de

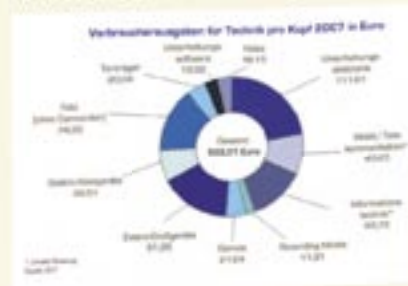
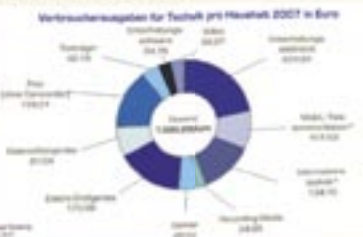
USB-Lader für mobile Geräte von Panasonic

Häufig sind GPS- und Navigations-Geräte, MP3- oder Video-Player, PDAs und portable Spielecomputer mit eingebauten wiederaufladbaren Akkus ausgestattet, die sich nur über eine USB-Verbindung wieder aufladen lassen. Das von Panasonic entwickelte Ladegerät „Pocket Energy“ BQ-600 ist selbst mit zwei wiederaufladbaren Akkus bestückt und besitzt einen zusätzlichen USB-Anschluss. Über ein USB-Kabel können mobile Geräte mit USB-Anschluss so überall geladen werden.

Es bietet damit tatsächlich „Pocket Energy“, Strom „aus der Tasche“. Im BQ-600 lassen sich auch Akkus (AA) anderer Geräte aufladen. Außerdem lässt es sich anstatt der Akkus mit normalen AA-Primärbatterien bestücken. Das sichert die Verfügbarkeit einer Lademöglichkeit über USB auch dann, wenn weit und breit kein Netzanschluss zu finden ist. Das Panasonic BQ-600 ist zusammen mit zwei Infinium-Akkus (AA) ab September zum UVP von 39,90 Euro erhältlich. www.panasonic.de

Verbraucher geben mehr Geld für Technik aus

Die Ausgabebereitschaft der Deutschen für Technik im Haushalt wächst. Flachbildfernseher und energieeffiziente Elektrogeräte stehen trotz eingetretener Konsumlaune auch in diesem Jahr hoch im Kurs. Erstmals überschritten die Verbraucherausgaben pro Kopf in 2007 die Schwelle von 500 Euro. Die Konsumenten werden in diesem Jahr insgesamt deutlich über 42 Milliarden Euro in Technik für die private Nutzung investieren, so die Einschätzung des Bundesverbandes Technik des Einzelhandels e.V. (BVT). Willi Klöcker, BVT-Vorsitzender: „Die Zahlen zeigen die Bereitschaft der Verbraucher, in Unterhaltungs- und Lifestyle-Produkte zu investieren. Gleichzeitig wachsen die Ansprüche an Bedienkomfort, Design und den sparsamen Umgang der Geräte mit Energie und natürlichen Ressourcen. Der Fachhandel geht davon aus, dass die Innovationen der IFA die Nachfrage weiter steigen lassen.“



stiegen von 488 in 2006 auf 504 Euro in 2007 und überschritten damit erstmals die 500er-Marke. Die Haushaltsausgaben stiegen in 2007 auf über 1.060 Euro, 35 Euro mehr als im Vorjahr. Besonders deutlich trugen LCD-Fernseher, Notebooks und Games (Hard- und Software) zum Wachstum bei, aber auch sparsame Haushalts-Großgeräte und der Produktbereich Kaffee/Espresso. www.bvt.de

SAU(G)STARK



**Stets zur Hand: DC16
der erste Akku-sauger
von Dyson mit gerader
konstanter Saugkraft**

Bis zu drei Mal schneller als herkömmliche Handstaubsauger.

Ob Müllreste, Brotkrumen, Tannennadeln oder unliebsame Glas- und Plastikscherbe im Haushalt – kleinere Gegenstände oder im Auto sind mit dem kabellosen Handstaubsauger DC16 Handumdrehen beseitigt. Der kabellose Handstaubsauger DC16 arbeitet mit der Root6 Cyclone Technologie, damit gehört der verstopfte oder Filter der Vergangenen Generationen bei Dyson gibt es auch keinen Saugkraftverlust.

Ab dem Moment, in dem herkömmliche kabellose Akkusauger ausgeschaltet werden, verlieren sie Saugkraft. Ihre Behälter setzen sich allmählich und zu Leistung des Motors lässt nach.

Der DC16 hat eine höhere Saugkraft als andere kabellose Handstaubsauger und läuft ganze sechs Minuten. Möglich macht dies ein moderner 21,6 Volt Lithium-Ionen-Akku, der sich außerdem bis zu dreimal schneller auflädt als die Akkus anderer kabelloser Handstaubsauger.

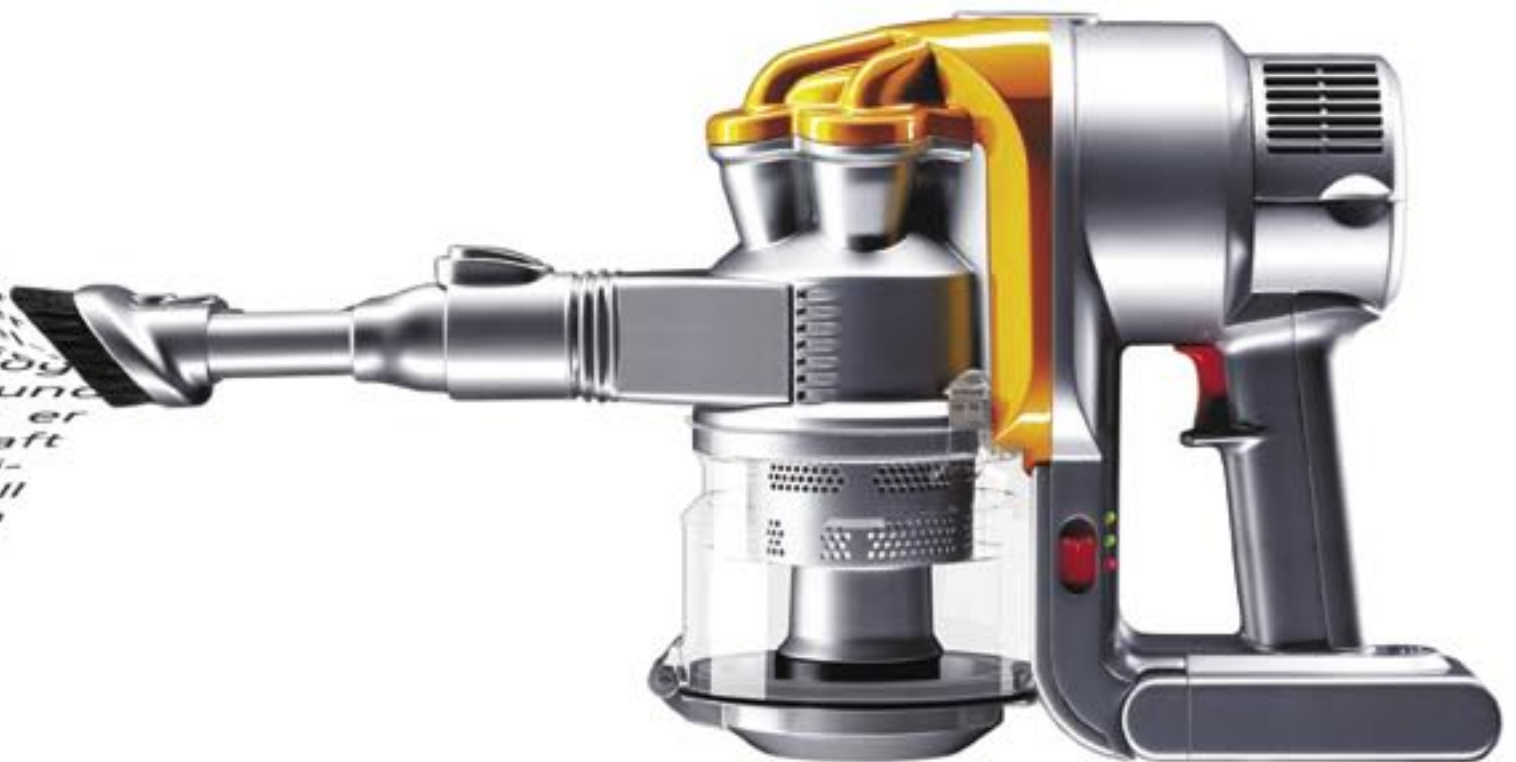
Mit der Dyson Cyclone Technologie entfernt der DC16 Schmutz und Feinstaub aus dem Luftstrom. Da er weder verstopft noch an Saugkraft verliert, erledigt er kleine Reinigungsarbeiten jeglicher Art kraftvoll und gründlich. Mit einem einfachen Klick verwandelt sich die breite Düse des DC16 in eine Bürste, die auch hartnäckigem und eingetrocknetem Schmutz wirksam zu Leibe rückt.

Auch eine Fugendüse für schwer zugängliche Stellen ist im Lieferumfang enthalten. Mit Hilfe eines Entriegelungshebels am Behälter, der so bei keinem anderen Handstaubsauger zu finden ist, lässt sich der DC16 außerdem schnell und hygienisch entleeren.

James Dyson:

»Wir wussten, dass die herkömmlichen Handstaubsauger nicht funktionieren. Mit der Miniaturausgabe der Dyson Cyclone Technologie haben wir einen Staubsauger entwickelt, der die Leistung verliert. Ob Popcorn oder Tannennadeln, der DC16 verschlingt Schmutz regelrecht.«

www.dyson.de



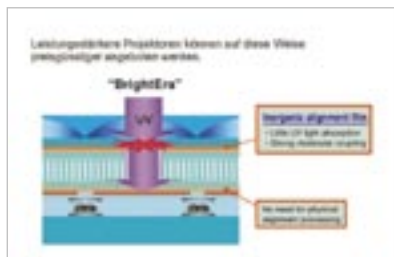
dyson

DISPLAY



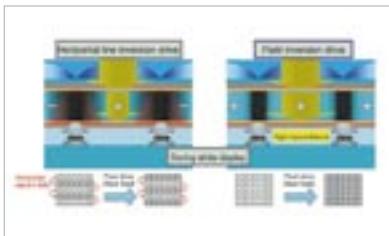
Sony BrightEra erhöht Kontrastverhältnis und Bildhelligkeit

In Prospekten, Angaben von technischen Daten und Beschreibungen von Display-Produkten werden häufig Technologien zur Verbesserung des Helligkeitsverhaltens verwendet, die ohne ein Grundwissen unverständlich bleiben. Der japanische Hersteller Sony versucht das zu ändern, indem er umfassende Informationen über die eigenentwickelte BrightEra-Technologie zugänglich macht: LCD-Panels funktionieren als steuerbare Lichtventile. Mittels einer Steuerspannung ist einstellbar, wieviel Licht eine LCD-Zelle durchlässt. Das Arbeitsprinzip beruht auf der Tatsache, dass Flüssigkristalle, die durch ein elektrisches Feld ausgerichtet werden, in der Lage sind, die Polarisationssebene von Licht zu drehen. Schließt man eine dünne Flüssigkristallschicht zwischen zwei lineare Polarisationsfilter ein, so lässt die Anordnung je nach Ausrichtung der Filter und der Flüssigkristallmoleküle mehr oder weniger Licht durch. Die Ausrichtung der Flüssigkristallmoleküle lässt sich durch ein elektrisches Feld beeinflussen, das in geeigneter Weise über (transparente) Elektroden angelegt wird. Um ein definiertes Verhalten der LCD-Zelle zu gewährleisten, müssen die Flüssigkristalle auch ohne ein elektrisches Feld eine definierte Ausrichtung einnehmen, damit das LCD-Display im Ruhezustand in definierter Weise entweder Licht durchlässt (normally white) oder sperrt (normally black). Für die Vor-Orientierung der Flüssigkristallmoleküle im feldlosen Zustand sorgt die sogenannte Alignmentsschicht (Alignment Layer), die zwischen der Flüssigkristallschicht und dem gläsernen Trägersubstrat angebracht ist. Bei herkömmlichen Panels besteht diese aus einer Kunststoff-Folie (zum Beispiel aus Polyimid), deren Oberfläche durch mechanische Bearbeitung mit einem Rayon-Textilgewebe eine Struktur erhält, entlang derer sich die Flüssigkristallmoleküle bevorzugt ausrichten. Der Nachteil solcher Folien besteht darin, dass sie als organische Materialien unter UV-Bestrahlung nur eine begrenzte Langzeitstabilität besitzen. UV-Filter können diese Strahlung stark abschwächen, aber nicht gänzlich beseitigen. Der verbleibende UV-Anteil bewirkt zusammen mit dem kurzwelligen (blauen) Anteil des sichtbaren Lichtes mit der Zeit Veränderungen in der Alignment-Folie. Deren Eigenschaften verschlechtern sich also nach und nach, was zum Beispiel das Kontrastverhalten des Panels beeinträchtigt. Die BrightEra-Technologie von Sony verwendet nun neue, anorganische Alignmentsschichten. Diese sind erstens UV-durchlässig und zweitens unempfindlich gegen kurzwelliges Licht. Daher lässt sich die Strahldichte (Helligkeit und Kontrast), die durch das Panel geschickt wird, erhöhen, ohne seine Langzeitstabilität zu gefährden.



Verbesserte Ansteuerung der Panelzeilen mit BrightEra

Bei LCD-Panels gibt es kein klassisches „Einbrennen“, wie es zum Beispiel bei Plasmadisplays auftreten kann. Wird innerhalb einer LCD-Zelle das zur Ansteuerung benutzte elektrische Feld immer in derselben Richtung angelegt, kann es zur Wanderung von Ionen der Flüssigkristallschicht in Richtung einer Elektrode kommen. Dieser Effekt würde die Ausrichtung der Flüssigkristallmoleküle beeinflussen und unter ungünstigen Umständen in Form von Geisterbildern sichtbar werden. Er ist als „Image Sticking“ (also „festklebende Bildinhalte“) bzw. „LCD Image Retention“ („Einbrenneffekt“) bekannt. Aus diesem Grund werden bei den meisten TFT-Displays die einzelnen Bildzeilen jeweils mit inverser und bei jedem Frame wechselnder Polarität angezeigt. Auf diese Weise kann sich der Einbrenneffekt nicht ausbilden. Allerdings gibt es durch die von Zeile zu Zeile inverse Polarität der Steuerspannung auch ein horizontales elektrisches Feld zwischen den einzelnen Zeilen. Dieses verändert in unerwünschter Weise die Ausrichtung der Flüssigkristallmoleküle im Bereich des Übergangs zwischen zwei Zeilen, so dass die Zustände „ganz durchlässig“ und „ganz gesperrt“ nicht mehr ideal realisierbar sind. Das wirkt sich negativ auf den erreichbaren Kontrastumfang aus. Bei der BrightEra-Technologie von Sony werden die Panelzeilen nicht mehr invers, sondern gleichartig angesteuert. Elektrische Felder zwischen den einzelnen Zeilen, mit negativen Folgen für den Kontrast, können nicht mehr auftreten.



120-Hz-BrightEra-Frequenz unterdrückt Flimmereffekte

Bei der üblichen Panel-Ansteuerung mit 60 Hz wäre möglicherweise ein Flimmereffekt mit einer Frequenz von 30 Hz sichtbar. Deshalb muss man bei Ansteuerung mit 60 Hz die Steuerspannung pro Zeile invertieren, damit sich ein etwaiger Flimmereffekt über das gesamte Bild herausmittelt. Bei der BrightEra-Technologie wer-

den die Panels jedoch mit einer Frequenz von 120 Hz angesteuert, was etwaige Flimmereffekte generell unterdrückt und die zuvor angesprochene Ansteuerung der Feldinversion ermöglicht, die den Kontrast verbessert. Sonys BrightEra-Panels werden im „normally black“ Modus betrieben. Durch Ausrichtung der Polarisationsfilter und der Alignmentschichten kann man einstellen, ob ein LCD-Panel im spannungslosen Zustand lichtdurchlässig ist oder Licht sperrt. Da es im spannungslosen Zustand keine unerwünschten, parasitären elektrischen Felder gibt, kann man durch Optimierung der Alignmentschichten das Verhalten des Panels im spannungslosen Zustand anpassen. In der Regel ist man an einem möglichst hellen Bild interessiert, so dass die meisten Panels am Markt vom Typ „normally white“ sind. Polarisationsfilter und Alignment-

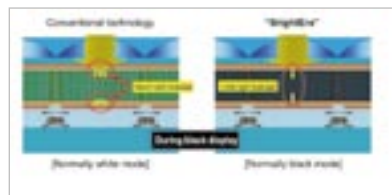
> FULL HD ab 32 Zoll
 > Lichtsensor
 > Game/PC Modus
 > 3 x HDMI™

REGZA **HD 1080p**

> TOSHIBA XV-SERIE: FULL HD UND VOLL AUSGESTATTET

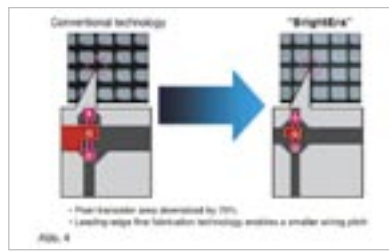
TOSHIBA
Leading Innovation >>>

schichten sind hier so ausgerichtet, dass das Panel im spannungslosen Zustand möglichst viel Licht durchlässt. Der Sperrzustand ist dann allerdings kompromissbehaftet und die Flüssigkristallmoleküle nicht optimal ausgerichtet. Das Panel ist deshalb bei „schwarz“ noch etwas lichtdurchlässig.



Sony BrightEra „normally black“-Panels mit Schwarzwert-Optimierung

Die neuen BrightEra-Panels von Sony sind „normally black“ und ermöglichen es, den erreichbaren Schwarzwert zu optimieren. Dank der erwähnten Field-Inversion-Ansteuerung wird im Durchlasszustand durch Wegfall parasitärer, horizontaler Felder eine bessere Ausrichtung der Flüssigkristallmoleküle und eine verbesserte Transparenz des Panels erreicht. Dies kommt unmittelbar der Helligkeit zugute, ohne den Schwarzwert zu ver-



schlechtern. Den Sony-Entwicklungsingenieuren gelang es, die Größe der Transistorschaltung, die für jedes Bildpixel auf dem Panel vorhanden sein muss, um ca. 70% zu verkleinern. Die Dünnschicht-Transistorschaltung (Thin Film Transistor, TFT) befindet sich auf dem Glassubstrat, absorbiert zwangsläufig Licht und ist manchmal als feine Rasterstruktur sichtbar („Fliegengittereffekt“). Je kleiner diese Transistorschaltung ist, desto weniger Licht schluckt sie und desto heller wird das Projektionsbild. Als erwünschter Nebeneffekt wird auch der „Fliegengittereffekt“ vermindert.

Feldinversionsansteuerung

Die verkleinerte TFT Schaltung bewirkt gemeinsam mit der Feldinversionsansteuerung, dass die Lichtdurchlässigkeit des Panels steigt, was der Helligkeit des Projektionsbildes zugute kommt. Gleichzeitig verbessert die „normally black“-Auslegung des Panels das Sperrverhalten, wodurch der erreichbare Kontrastumfang deutlich vergrößert wird, ohne Kompromisse bei

der Bildhelligkeit eingehen zu müssen. Zusätzlich kann durch die anorganischen Alignmentschichten ein leistungstärkeres Lampensystem zum Einsatz kommen, das die Gesamt-Lichtleistung nochmals deutlich steigert.

Die Sony BrightEra-Technologie stellt einen wichtigen Meilenstein bei der Entwicklung moderner LCD-Panels dar, mit denen sich die neuen LCD-Produkte von Sony durch sichtbar verbesserte Kontrastwerte und erhöhte Bildhelligkeit von herkömmlicher LCD-Technologie absetzen.

Scenicview Premium Line Eco Monitor mit Stromspartechnologie

Seit Mitte August wird der mit einer revolutionären Stromspartechnologie ausgestattete Monitor aus der Produktreihe „Scenicview Premium Line Eco“ ausgeliefert und sorgt laut Aussage des Herstellers bei Fujitsu Siemens Computers für volle Auftragsbücher. Die von Fujitsu Siemens selbst entwickelte Stromspartechnologie basiert auf dem Netzteil des Monitors, das sich automatisch komplett abschaltet, wenn der Monitor nicht mehr benutzt wird. Das Netzteil des Displays ist mit einem Schaltmodul ausgestattet, das durch

den angeschlossenen PC gesteuert wird. Sobald das Betriebssystem des Computers heruntergefahren wird, trennt die Schaltung das Netzteil vollständig vom Wechselstromnetz. Wird der Computer durch Booten des Betriebssystems wieder hochgefahren, erkennt das Netzteil des Scenicview Eco-Monitors dies durch einen vom Rechner gesendeten elektrischen Impuls und schaltet die Netzstromversorgung des Monitors ein. Dazu ist kein speziell ausgerüsteter Computer erforderlich, und es funktioniert sowohl bei analogen wie bei digitalen Monitorausgängen des Rechners. Fujitsu Siemens Computers hat die neue Stromspartechnologie mit 0 Watt Stromverbrauch im Stand-by-Betrieb zum Patent angemeldet. Die beiden ersten mit der neuen Technologie ausgestatteten Scenicview Eco-Monitore, der 20 Zoll große P20W-5 Eco und der P22W-5 Eco mit 22 Zoll, sind Premium Line-Modelle. Sie weisen neben ihren ökologischen Vorteilen eine Vielzahl von weiteren Leistungsmerkmalen auf: Beide Modelle werden mit einem verbesserten ergonomischen Standfuß ausgeliefert, der dem Benutzer eine originäre Möglichkeit zur Höheneinstellung des Monitors bietet und mit dem sich der Bildschirm fast bis auf Schreibtischniveau absenken lässt. Für die Eco-Monitore wurde mit „DisplayView AutoBright“ eine Funktion zur automatischen Helligkeitssteuerung eingeführt. Die Monitorhelligkeit wird dabei selbsttätig im Verhältnis zur Umgebungshelligkeit geregelt und ermöglicht bis zu 30 Prozent Einsparungen des Energieverbrauchs während des Betriebs. Wenn Maximalhelligkeit benötigt wird, können die neuen Geräte mit einer Lichtstärke von 300 cd/m² aufwarten. Mit ihrer Auflösung von maximal 1.680 x 1.050 Bildpunkten und der kurzen Reaktionszeit von 5 Millisekunden eignen sich die neuen Monitore auch ideal für das Arbeiten mit HD-Grafiken. Eine HDMI-Schnittstelle steht zur Verfügung. Im September will Fujitsu Siemens Computers die Reihe der Null-Watt-Monitore durch ein 24-Zoll- und ein 26-Zoll-Modell ergänzen.

Joseph Reger, Chief Technology Officer bei Fujitsu Siemens Computers, hat entscheidend auf die Entwicklung der neuen Null-Watt-Technologie Einfluss genommen. Er kommentiert: „Im letzten Jahr wurden wir geradezu überschwemmt mit sogenanntem ‚Greenwash‘, also nicht belegten Marketing-Botschaften zu neuen IT-Produkten, die angeblich die Umwelt schützen helfen. Mit der Einführung dieser neuen Monitore liefert Fujitsu Siemens Computers Produkte, die tatsächlich ‚grüner‘ sind als jeder andere Monitor auf dem Markt, im Ruhezustand UND im Betrieb, und das ohne Preisaufschlag. Das überragende öffentliche Interesse an der neuen Monitor-Reihe und die große Zahl der Vorbestellungen belegt: Es gibt einen Bedarf an wirklich umweltfreundlichen IT-Produkten. Die fantastische Kundenreaktion inspiriert uns bei der Entwicklung weiterer Produkte im Rahmen unserer langjährigen grünen Philosophie.“ Die beiden Scenicview Eco-Monitore sind ab sofort bestellbar. Die UVPs beginnen bei 419,- Euro für das 20-Zoll-Modell.“



Ausgezeichnet als Europas LCD-Fernseher des Jahres 2008-2009. Für ein Bild so echt wie das Leben.

Der neue Philips Flat-TV mit LED-Lux Technologie und der Perfect Pixel HD Engine bietet Ihnen lebensechte Bilder in unglaublicher Schärfe, lebendigen Farben und natürlich fließenden Bewegungen. Von der unabhängigen EISA-Jury



ausgezeichnet als „Europas LCD-TV des Jahres 2008-2009“ für seine LED Hintergrund-

Beleuchtungstechnologie. Diese entwickelt überwältigende Schwarzstufen und verhindert Bewegungsunschärfen.

Für ein Bild so real, als würden Sie es selbst erleben.

Simply inspired by you. www.philips.de

PHILIPS
sense and simplicity

Panasonic erringt Awards in allen CE-Bereichen

Der japanische Elektronik-Konzern und Vollsortimenter Panasonic wird für die Kombination von Spitzentechnologie, Funktionen, Design, Bedienbarkeit und Preis-/Leistungsverhältnis seiner Produkte mit vier Awards der European Imaging and Sound Association (EISA) ausgezeichnet: Sieger in der Kategorie „European Best Value Plasma TV 2008-2009“ ist der TH-46PZ85 mit eingebautem DVB-T-Empfänger und 117 Zentimetern Bildschirmdiagonale. Bei den Blu-ray Playern erhält der DMP-BD50 mit BD-Live-Funktion den diesjährigen EISA Award. Als besten DVD/HDD-Recorder zeichnet die Jury den DIGA DMR-EH 68/685 mit der Speicherkapazität von 320 Gigabyte aus. Unter den zur Bewerbung um den EISA Award eingereichten Kompaktkameras erzielt die Lumix DMC-TZ5 mit neun Megapixeln Auflösung und 28 Millimetern Weitwinkel-Objektiv den Sieg. Damit gelingt es Panasonic, nach der Preisverleihung 2007 in dieser Kategorie zum zweiten Mal die begehrte Auszeichnung zu erringen.

„Die Vergabe der EISA-Awards ist uns immer ganz besonders wichtig, gerade weil bedeutende Multimedia-Magazine aus ganz Europa entscheiden, welches Produkt eine Auszeichnung erhält“, erklärt Michael Langbehn, Manager Trade Marketing und PR bei Panasonic Deutschland. Die Award-Verleihung findet im Zuge der IFA am 29. August in Berlin statt.

TH-46PZ85: „European Best Value Plasma TV 2008-2009“

Mit der neuen PZ85-Serie wächst die Viera Familie von Panasonic um zwei neue Plasma-TVs und schließt die Lücke zwischen 42 und 50 Zoll: Die PZ85-Serie startet mit einem 42-Zoll- und als Premiere mit einem 46-Zoll-Modell, das mit 116 cm Bildhöhe die Lücke zwischen 106 cm (42 Zoll) und 127 cm (50 Zoll) Zentimetern schließt. Mit dem neuen 46-Zöller bietet Panasonic noch mehr Auswahlmöglichkeiten beim Kauf eines Fernsehers und erleichtert die ideale Raumplanung. Mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten, einem natürlichen Kontrastverhältnis von 30.000:1 und dem dynamischen Kontrast von 1.000.000:1 überzeugt Panasonics 11. Plasma Generation mit kontrastreichen Bildern. Der TH-42PZ85 besitzt eine Bildschirmdiagonale von 106 Zentimetern. Die Bildschirmdiagonale des TH-46PZ85 beträgt 116 Zentimeter. Die umweltfreundlichen, ohne jeden Einsatz von Blei hergestellten G11 Full-HD-Toughpanels bieten auch Eco-Mode-Betrieb. Für brillante Farben, tiefstes Schwarz und scharfe Bilder in Full-HD-

Qualität sorgt Panasonics V-Real Pro 3 Signalverarbeitungs-Technologie. 100 Hz Double Scan verhindert Großflächenflimmern, und Intelligent Frame Creation sorgt für gestochen scharfe, ruckelfreie Bewegungsabläufe. Für echtes Heimkinovergnügen werden 24p Real Cinema 24 Hz Signale optimiert und ruckelfrei dargestellt. Den Sound der Extraklasse garantieren V-Audio Surround und BBE VIVA HD3D.

Blu-ray Disc-Player DMP-BD50 mit EISA Award

Mit dem DMP-BD55 und DMP-BD35 präsentiert Panasonic zwei neue Blu-ray Disc-Player, mit denen die Vorteile der BD voll zur Geltung kommen. Der weiterentwickelte Reference Chroma Processor Plus garantiert zusammen mit P4HD-Technologie überlegende Bildqualität. Decoder für die High Definition Tonformate Dolby Digital Plus, Dolby TrueHD, DTS-HD sorgen für eine atemberaubend realistische Klangkulisse. Das Blu-ray Profil 2.0 ermöglicht per Internet den Download von BD-Live Inhalten und interaktiven Anwendungen, mit denen z. B. ergänzende Informationen zum Film abgerufen wer-

den können. Das Multiformat-Laufwerk spielt alle gängigen Blu-ray-, DVD- und CD-Formate ab. Der leistungsstarke 1.080p-UpScaler des DMP-BD50 stellt herkömmliche DVD-Inhalte mit nahezu Full-HD-Qualität dar. Farbnuancen werden wie im Original dargestellt. Bewährte P4HD-Technologie sorgt für überzeugende Bildschärfe und feinste Nuancen. 16stufige Bewegungserkennung gewährleistet die flüssige Darstellung dynamisch bewegter Inhalte und schneller Kameraschwenks. Zur Ausstattung gehören Picture-in-Picture, Bitstream oder PCM über HDMI, 7.1-Analog-Ausgabe (DMP-BD55), 2.0-Analog-Ausgabe (DMP-BD35) und HDMI-Ausgang mit Viera Link.



Der leistungsstarke 1.080p-UpScaler des Blu-ray Disc-Players DMP-BD50 stellt herkömmliche DVD-Inhalte mit nahezu Full-HD-Qualität dar.

EISA kürt DIGA DMR-EH585/685 als besten DVD/HDD-Recorder

Panasonic, Marktführer bei DVD-Recordern, setzt mit den Modellen DMR-EH685 und DMR-EH585 Maßstäbe. Beide Recorder überzeugen mit überragender Ausstattung. Neben allen komfortablen Funktionen einer DVD-HDD-Kombination begeistern sie als digitales Fotoalbum und werden als Musikserver mit vielfältigen Anschlussmöglichkeiten wie SDHC-Kartenslot, USB- und DV-Anschluss und HDMI-Ausgang zur Medienzentrale im Wohnzimmer. Die DVD-Recorder DMR-EH685 und DMR-

Die DVD-Festplatten-Recorder DMR-EH685 und DMR-EH585 überzeugen mit bester Bild- und Tonqualität, Time-Slip, gleichzeitiger Aufzeichnung und Wiedergabe und intuitiv bedienbarer Kopierfunktion.



EH585 überzeugen mit bester Bild- und Tonqualität. Neben den vielfältigen Möglichkeiten eines DVD-Festplatten-Recorders mit Time-Slip, gleichzeitiger Aufzeichnung und Wiedergabe und intuitiv bedienbarer Kopierfunktion begeistern sie auch Musikfreunde. Audio-CDs können in bester, unkomprimierter Qualität mit 12-facher Geschwindigkeit in circa 6 Minuten pro CD auf die integrierte Festplatte kopiert werden. Auf diese Weise werden die neuen Recorder zur Jukebox im Wohnzimmer und ermöglichen den Zugriff auf die gesamte Musiksammlung. Die integrierte Grace-note CD-Datenbank mit über 350.000 Informationen ergänzt die überspielten Musikstücke mit Zusatzinformationen wie Album, Interpret und Titel. Der DMR-EH685 bietet auf seiner riesigen 320-GB-Festplatte Platz für über 450 CDs, der DMR-EH585 für über 350 CDs. Durch den integrierten UpScaler und perfekte Vollbildwandlung werden DVD-Inhalte mit nahezu High Definition-Qualität bis 1.080p dargestellt. HDMI 1.3 garantiert verlustfreie Übertragung von Bild und Ton zum angeschlossenen Fernsehgerät.

EISA Award für Lumix DMC-TZ5 und DMC-TZ4

Die neuen kompakten Lumix-Modelle DMC-TZ5 und DMC-TZ4 mit 10x-Weitwinkel-Superzoom Leica DC Vario-Elmar 3,3-4,9/28-280 mm bieten neben erhöhter Auflösung eine weiterentwickelte intelligente Automatik mit Belichtungsausgleich für kontrastreiche Motive. Der extra große 7,6 cm-LCD-Monitor der TZ5 setzt mit 460.000 Bildpunkten einen neuen Auflösungsmaßstab. Neben Fotos im HDTV-Format zeichnet

die TZ5 Videos im HD-Format mit 1.260 x 720p auf. Beide Kameras besitzen einen Komponentenausgang für direkte hochauflösende Bildwiedergabe auf HD-Fernsehern. Die neuen Lumix-Reisekameras DMC-TZ5 (9 Megapixel) und TZ4 (8 Megapixel) verbinden die weitreichenden Möglichkeiten des 10x-Weitwinkel-Zooms Leica DC Vario-Elmar 3,3-4,9/28-280 mm mit erhöhter Auflösung. Vorbildlich ist auch der überdurchschnittlich große und scharfe 7,6-cm-Monitor mit 460.000 Bildpunkten. Die TZ5 besitzt einen HD-Ausgang zum direkten Anschluss an HDTV-Geräte. Die intelligente Automatik macht die übliche Vorwahl eines Motivprogramms in vielen Fällen überflüssig und koordiniert die fünf Aufnahmefunktionen optischer Bildstabilisator OIS, intelligente ISO-Anpassung, Gesichtserkennung, automatische Motivprogramm-Wahl und Quick-AF motivgerecht. Die TZ5 verfügt über digitale Rotaugenkorrektur für Blitzaufnahmen. Die erforderliche Rechenleistung stellt der Bildprozessor Venus Engine IV zur Verfügung. Ein elegant gestaltetes Metallgehäuse verleiht beiden Reisekameras ein angenehmes Aussehen. Die Lumix TZ5 ist in Silber, Tief-Schwarz und Chocolate erhältlich, die TZ4 in Silber und Graphit-Schwarz.



Die Lumix-Modelle DMC-TZ5 und DMC-TZ4 mit 10x-Weitwinkel-Superzoom Leica DC Vario-Elmar 3,3-4,9/28-280 mm besitzen eine intelligente Automatik mit Belichtungsausgleich für kontrastreiche Motive.



Mit der PZ85-Serie wächst die Panasonic Viera Familie um zwei neue Plasma-TVs und schließt die Lücke zwischen 42 und 50 Zoll.

Mit je einem neuen 58-Zoll- und 65-Zoll-Modell erweitert Panasonic seine Viera PZ800-Serie und präsentiert zwei in jeder Hinsicht imposante neue Flaggschiffe für die TV-Oberklasse. Die Viera Design-Serie PZ800 steht für Technologie auf High-End-Niveau in stilvollem Äußeren und kommt jetzt auch in luxuriös großen Formaten in die Wohnzimmer.

Kaviar für die Augen

Die neue Viera Design-Serie PZ800 von Panasonic



Mit den 58 Zoll und 65 Zoll großen Modellen Viera PZ800-Serie präsentiert Panasonic zwei Flaggschiffe der TV-Oberklasse mit Technologie auf High-End-Niveau in luxuriös großen Formaten.

Unter der edlen Klavierlack-Oberfläche der neuen Großbild-Fernseher verbergen sich ein ohne jeden Einsatz von Blei hergestelltes G11 Full-HD-Toughpanel und zahlreiche technische Innovationen zur Erzielung bester Bildqualität und besonderer Klangerlebnisse. Die erweiterten Viera Link Funktionen sorgen für komfortable Benutzerfreundlichkeit. Kontrastreiche Bilder, ruckelfreie Bewegungswiedergabe und ein Sound, wie er im Kino beeindruckt, werden mit den PZ800-Modellen nun im heimischen Wohnzimmer verfügbar. Das 58-Zoll-Modell TH-58PZ800 bringt mit seiner Bildschirmdiagonale von 147 cm echte Leinwandatmosphäre ins Wohnzimmer. Wer bestes Home Cinema noch größer und realistischer erleben möchte, entscheidet sich für den TH-65PZ800 mit einer Bilddiagonale von 165 cm. Beide Geräte bieten, wie das bereits seit dem Frühjahr 2008 erhältliche 42- und 50-Zoll-Modell der Serie, ein natürliches Kontrastverhältnis von 30.000:1 und einen dynamischen Kontrast von 1.000.000:1. Die neue V-Real Pro 3 Signalverarbeitungstechnologie der hochwertigen Plasma-TVs ermöglicht detailscharfe Visualisierung. Unterstützt durch 134 Milliarden darstellbare Farben sowie 5.120 Graustufen erzeugt V-Real Pro 3 selbst bei anspruchsvollen Filmsequenzen tiefstes Schwarz sowie lebendige Farben und sorgt für weiche Bewegungsabfolgen. Digital Cinema Colour, Deep Colour und x.v.Colour stellen für jeden Bildinhalt den perfekten Farbraumumfang bereit. 100 Hz Double Scan-Technik minimiert das Groß-

flächenflimmern auf einen nicht mehr wahrnehmbaren Wert. Für die perfekte Bewegungsdarstellung berechnet Intelligent Frame Creation aus Originalbildern mehrere Zwischenbilder und gibt Bewegungen flüssig und klar wieder. Wie bei allen Viera TVs sind die PZ800-Modelle umweltfreundlich konzipiert: Die G11 Full-HD-Panels verfügen über einen Eco Mode, der die Bildhelligkeit automatisch dem Umgebungslicht anpasst und stromsparenden Betrieb garantiert. Die Lebensdauer wurde auf bis zu 100.000 Stunden erhöht. Das entspricht bei acht Stunden pro Tag einer Lebensdauer von rund 34 Jahren. Die Panels sind sehr robust. Eine Erschütterung beim Transport oder ein versehentlicher Schlag lässt sie unbeeindruckt.

Wohlklang für die Ohren: die Audio-Technik der Design-Serie PZ800

Glanzlichter setzen die neuen Modelle auch beim Klang: Sie unterstützen sowohl über V-Audio Surround wie SRS TruSurround XT. Bei V-Audio Surround repro-

duzieren die passiven Radiatortiefen-Lautsprecher einen kräftigen, ausdrucksstarken Bass. Gleichzeitig wird die Wiedergabe in niedrigen bis mittleren Frequenzbereichen optimiert. SRS TruSurround XT sorgt mit 31 Watt Musikleistung auch bei der Wiedergabe von Mehrkanal-Audio über ein Zwei-Lautsprecher-System für ein Hörerlebnis in Surround Sound-Qualität. Für Filmfans wurden die beiden neuen Großbild-Plasma-TVs mit je vier HDMI-Anschlüssen ausgestattet, die High Definition Kinofilm-Videosignale mit 24p Bild-



TX-32LXD80: 32-Zoll Panasonic LCD-TV mit 1.366 x 768 Bildpunkten und 81-cm Bilddiagonale.

wechselfrequenz ausgeben. Durch Viera Link Unterstützung mit HDAVI 3 lassen sich auch andere angeschlossene AV-Geräte bequem von der Couch aus bedienen. Sehr praktisch ist das Zusammenspiel mit den neuen Panasonic DIGA DVD- und Festplatten-Recordern: Die PZ800-Modelle synchronisieren mit den Recordern automatisch Einstellungen und Sender. Per Tastendruck auf der Viera TV-Fernbedienung nehmen sie direkt auf. Zur Verfügung stehen ein SD-Karten-Slot mit Unterstützung der Formate AVCHD, MPEG2 und HD-JPEG sowie ein PC-Anschluss. Mit wenigen Handgriffen lassen sich eigene Videos und Digitalfotos auf dem Viera Bildschirm genießen.

TX-32LE8: 32-Zoll Panasonic LCD-TV, 1.366 x 768 Bildpunkte, Signalverarbeitungstechnologie V-Real und Progressive Scan.

7-Tage-EPG, digitales TV-Programmheft, Ausschalt-Timer und die Kindersicherung komplettieren die umfassende Funktionsvielfalt der erweiterten PZ800-Serie. Der TH-58PZ800 und der TH-65PZ800 besitzen auch als Designobjekte hohe Attraktivität. Mit hochglänzendem, stilvollen Klavierlack-Schwarz fügen sich beide Modelle in jedes Wohndesign ein und setzen elegante Akzente. Für einen möglichst großen gestalterischen Freiraum ist für die 58-Zoll-Variante ein drehbarer Sockel bereits im Lieferumfang enthalten. Die Panasonic Plasma Fernseher TH-65PZ800E und TH-58PZ800E sind ab Oktober 2008 im Fachhandel erhältlich. Unverbindliche Preisempfehlungen stehen noch nicht fest.

Für kühle Rechner mit hohen Ansprüchen: sechs neue LCD-TVs von 19 bis 32 Zoll

Mit gleich sechs neuen Modellen in Bildgrößen zwischen 19 bis 32 Zoll in den drei Modellreihen LXD80, LE8 und LED8 erweitert Panasonic sein Angebot für einen günstigen Einstieg in die Welt der Flachbildschirme. Mit kleineren Bilddiagonalen und silbernen oder schwarzen Oberflächen passen die Geräte perfekt in jedes noch so kleine Wohnzimmer und lassen sich auch als Zweitgerät in Küche, Kinderzimmer oder Ferienhaus einsetzen. Die WXGA-LCD-Panels setzen TV-Sendungen und Hollywood-Filme optimal in Szene. Alle sechs Modelle erfüllen die HD-ready-Spezifikation. Mit der Auflösung von 1.366 x 768 Bildpunkten (LXD80/LE8) oder 1.680 x 1.050 Bildpunkten (LED8) und der Signalverarbeitungstechnologie V-Real werden Bildinhalte detailgetreu und

kontrastreich in intensiven Farben mit hoher Naturtreue dargestellt. Technologien wie Progressive Scan, Video-Rauschunterdrückung und 3-D-Kammfilter garantieren ein Fernsehvergnügen der Extraklasse. Mittels Viera Link der dritten Generation (HDAVI 3) zeichnen sich alle sechs Modelle durch einfache Bedienung aus. Viera-Link-kompatible AV-Geräte wie Panasonic Blu-ray Player oder HD-Camcorder können, wenn die Geräte per HDMI-Kabel miteinander verbunden sind, direkt über die Viera TV-Fernbedienung und ein spezielles Bildschirmenü angesteuert und bedient werden.

Der Eco Mode passt die Bildhelligkeit dem Umgebungslicht an und garantiert einen stromsparenden Betrieb. Die neuen Viera LCD-Bildschirme sind für eine Lebensdauer von bis zu 60.000 Stunden ausgelegt und bieten mehrere Jahrzehnte hindurch exzellente Unterhaltungsmöglichkeiten. Zahlreiche Anschlussmöglichkeiten stehen auf der Rückseite der Geräte für die Verbindung mit DVD- oder Blu-ray Playern, AV-Receiver und PCs zur Verfügung. Die LXD80-Serie ist mit einem SDHC-Kartenslot ausgestattet, über den selbst aufgenommene Bilder und Videos auf dem LCD-Fernseher angeschaut werden können. Über die Scart-Anschlüsse lässt sich auch der „gute alte“ Videorecorder anschließen. Ein DVB-T-Tuner ermöglicht den Empfang von digi-



TX-19LED8: 19-Zoll Panasonic LCD-TV mit 1.680 x 1.050 Bildpunkten und 48 cm Bilddiagonale.

talen Fernseh- und Hörfunkprogrammen, und ein integrierter elektronischer Programmführer (EPG) bietet Überblick über die Sendungen der nächsten Tage. Die LXD80-Serie ist ab Mitte September 2008 erhältlich. Mit dem Viera TX-26LE8, der in Silber und Schwarz erhältlich ist, stellt Panasonic einen weiteren neuen LCD-TV bereit, der seinem bereits erhältlichen 32-Zoll-Pendant TX-32LE8 in nichts nachsteht.



Panasonic präsentiert: Full-HD High-End Heimkinoprojektor

Auf der IFA stellt Panasonic seinen neuesten Full-HD LCD-Heimkinoprojektor PT-AE3000 mit einer nativen Auflösung von 1.920 x 1.080 vor. Der für anspruchsvollste Heimkino-Anwendungen entwickelte Projektor ist das neue Top-Modell in Panasonics preisgekröntem Projektor-Sortiment und ergänzt den PT-AX200 und PT-AE2000 um ein weiteres Spitzenmodell. Mit 1.600 Lumen Helligkeit und einem Kontrastverhältnis von 60.000:1 liefert der PT-AE3000 hochqualitative Bilder in 1.080p-Auflösung. Durch seine für Großbild-Projektion optimierte 100-Hz-Technologie mit Zwischenbildberechnung überzeugt der Projektor speziell in schnellen und bewegten Szenen mit einem gestochen scharfen und detailreichen Bild. Unterschiedliche Widescreen-Kinoformate lassen sich durch die neue Lens Memory-Technologie schnell und einfach an eine entsprechende Leinwand anpassen. Durch Speicherung der Zoom- und Fokusposition können unterschiedliche Bildformate wie z. B. 21:9 oder 16:9 schnell und mit optimaler Bildfüllung der Leinwand abgerufen werden.

Universelle Anschlussmöglichkeiten und variables Videoformat

Das Gerät beinhaltet zahlreiche, von Panasonic entwickelte Technologien, darunter ein Präzisions-Linsensystem, dynamische Blende, Smooth Screen Technologie zur Vermeidung des Rastereffektes und der Pure Colour Filter Pro, der für eine ausgewogene und satte Farbdarstellung sorgt. „Der PT-AE3000 bildet die achte Generation der AE-Serie. Mit



Mit 1.600 Lumen Helligkeit und dem Kontrast von 60.000:1 liefert der PT-AE3000 perfekte Bilder in 1.080p-Auflösung.

immer besserer Bildqualität kommen wir dem ultimativen Ziel, zu Hause echte Kinoatmosphäre zu schaffen, immer näher. Um dieses Ziel zu erreichen, haben unsere Ingenieure über die Jahre viele innovative Technologien entwickelt und Seite an Seite mit den Hollywood-Experten die Bildqualität optimiert. Panasonic hat seinen Beitrag für ein echtes Kinoerlebnis zu Hause geleistet. Jetzt fehlt eigentlich nur noch das „Popcorn“, sagt Hartmut Kulesa, Produktmanager für Heimkinoprojektoren bei Panasonic Europa. Auf Wunsch kann die Bildrate bei 50 Hz PAL von 50 auf 100 Bilder pro Sekunde erhöht werden, bei 24-Hz-Filmen (24p) wird die Bildrate sogar vervierfacht und durch Erzeugung von drei Zwischenbildern mit 96 Bildern pro Sekunde dargestellt, um natürliche Bildübergänge mit klaren Details und flüssigen Bewegungen zu zeigen. Über drei HDMI 1.3- und zwei Komponenten-Eingänge (YUV) können mehrere digitale Zuspeler verbunden werden. Die drei HDMI 1.3-Eingänge unterstützen alle die neuen Farbspezifikationen Deep Color und x.v.Color. Deep Color erhöht die Farbtiefe bis zu 12 Bit (über 68,7 Mrd. Farben) und sorgt für weiche und fließende Farbübergänge und feine Farbabstufungen, während x.v.Color für realistische und lebensechte Farben sorgt. Der Projektor ist überaus anschlussfreudig. Mit drei HDMITM 1.3- und zwei Komponenten-Eingängen (YUV) können mehrere digitale Zuspeler verbunden werden.

Umweltfreundlich dank Intelligent Power Management

Neben überzeugender Bildqualität zeichnet sich der PT-AE3000 auch durch seinen adaptiven Stromverbrauch aus. Das Intelligent Power Management System regelt die Lampenhelligkeit in Abhängigkeit von den Bildinhalten. So strahlt die Lampe nur in sehr hellen Filmszenen mit voller Kraft und wird in dunkleren Szenen heruntergeregt. Hierdurch wird nur so viel Helligkeit erzeugt wie nötig, und der Stromverbrauch sinkt. Der Panasonic PT-AE3000 LCD Heimkino-Projektor wird ab Oktober bei ausgewählten und autorisierten Fachhändlern erhältlich sein.

Satellitenprogramme (Free to air) aus dem Orbit auf den Fernsehbildschirm des Anwenders und zeichnet sie auf Wunsch auf der integrierten Festplatte auf. Für den Empfang von Abonnenten-TV-Angeboten ist der DMR-EX81S mit einem Common Interface (CI)-Slot ausgerüstet. Mit an Bord ist ein elektronischer Programmführer mit voller 14-Tage-Vorschau. Aufgaben, für die bisher ein DVD-Recorder, ein externer Sat-Receiver und ein Pay-TV-Decoder erforderlich waren, erledigt der DMR-EX81S als einziges Gerät. Das schafft Platz im Wohnzimmer und macht die Inbetriebnahme und Bedienung wesentlich bequemer. Der DMR-EX81S empfängt mit seinem integrierten DVB-S-Receiver Programmkanäle von bis zu vier Satelliten und unterstützt DiSEqC 1.0-Standard zur Umschaltung der LNBs bei Multisat-Empfangsanlagen. Satellitenübertragungen gelten als stabil und störungsfähig. Die Datentransferrate liegt höher als bei DVB-T und ermöglicht eine höhere Bild- und Tonqualität.

Automatische Programmierung durch EPG

Welches Programm gerade auf den einzelnen Satelliten-Kanälen

platte, auf der bis zu 443 Stunden Programm gespeichert und später auf alle handelsüblichen DVD-Rohlinge gebrannt werden können.

Der HDMI-Ausgang des DMR-EX81S ermöglicht mit einem einzigen Kabel den Anschluss an ein TV-Gerät. Durch eine Upscaling-Funktion werden Videoaufnahmen und DVD-Filme in exzellenter Qualität in das High-Definition-Format 1.080i/720p umgewandelt und stehen am HDMI-Ausgang zu Verfügung. Bei dem Anschluss eines VHS-Recorders werden sogar VHS-Aufnahmen auf einen ähnlichen Standard wie die DVD angehoben. Wird der DMR-EX81S über HDMI mit einem Panasonic Viera Flachbild-TV ab Jahrgang 2007 oder jünger verbunden, lässt sich der DVD-Recorder mit allen Funktionen bequem über die Viera Fernbedienung des TV-Geräts steuern.

DMR-EX81S ist auch mit einem SD-Eingang ausgerüstet, mit dem Digitalfotos, MPEG2-Videos oder Videos eines SD-Camcorders überspielt werden können. Auch MiniDV-Camcorder lassen sich per DV-Eingang mit dem

Mit dem DIGA DMR-EX81S bringt Panasonic ein Gerät für DVD-/Festplatten-Recording und Empfang von digitalen Satelliten-TV- und Radio-Programmen auf den Markt.



DMR-EX81S: DVD-/HD-Recorder mit digitalem Sat-Receiver und CI-Slot

Mit dem DIGA DMR-EX81S bringt Panasonic ein Gerät für DVD-/Festplatten-Recording und Empfang von digitalen Satelliten-TV- und Radio-Programmen auf den Markt. Der digitale Satelliten-Receiver bringt frei empfangbare

läuft, zeigt der DMR-EX81S in seiner elektronischen Programmzeitschrift „EPG“ für 14 Tage im voraus an. Während Urlaubs- oder Geschäftsreisen kann die Aufzeichnung sämtlicher Lieblingsserien und -Filme für die kommenden zwei Wochen durch einfachen Knopfdruck programmiert werden. Ausreichenden Speicherplatz bietet der DMR-EX81S auf seiner 250-GB-Fest-

DMR-EX81S verbinden. Für hohe Tonqualität und kristallklaren Klang sorgt ein 192 kHz/24-Bit-Audio-D/A-Wandler. Das Betriebsgeräusch des DMR-EX81S bleibt stets unter 30 dB. Den angenehm leisen Betrieb hat Panasonic durch eine temperaturabhängige Lüfter-Regelung und eine verbesserte Dämpfung des Festplattenlaufwerks realisiert.

www.panasonic.de



HEAVY METAL



KENWOOD
kMix

WWW.KENWOODWORLD.COM

IFA
HALLE 3.1, STAND 206

Ein Feuerwerk von innovativen, umweltfreundlichen Produkten

JVC auf der IFA 2008

JVC, der Allrounder im Bereich Consumer Electronics, ist mit seinen Technologien bereits zum Synonym für innovative Technologien avanciert. Auf der IFA präsentiert der japanische Hersteller auch diesmal heiße Produktneuheiten publikumsnah zum Anfassen und Testen. Experimentierfreudige Besucher können sogar ihre selbstgedrehten Filme an Ort und Stelle ins Internet stellen. Zu den JVC-Highlights des Jahres zählen superflache Fernsehgeräte, brilliant und farbgetreu aufzeichnende Camcorder und edle Echtholz-Audio-Systeme. Die IFA-Trends dieses Jahres sind extrem flache Fernseher, Produkte für mobiles Entertainment und komplette Heimkino-Ausstattungen. Auch umweltschonende Technologien und Lösungen nehmen inzwischen einen hohen Stellenwert bei der Bewertung von Produkten ein. JVC hat diese Trends frühzeitig erkannt und bereits in allen Bereichen in innovative Produkte umgesetzt.

JVCs neue „Super Slim LCD-TVs“

Moderne Flach-TV-Geräte sind neben ihrer Funktion als Fernseh-Empfänger und Bildausgabegeräte für Heimkino-Anwendungen zum wichtigen Status-Symbol und Design-Statement ihrer Besitzer geworden. JVC hat auf dem Markt für Flachbildfernseher einen bildhaften Begriff für innovativste TV-Technik und schlankes Display-Design etabliert: „Super Slim LCD-TV von JVC“. Mit nur 3,9 cm Gerätetiefe an der flachsten Stelle zählen Fernseher der JVC Super Slim LCD-TV Familie zu den dünnsten LCD-Modellen überhaupt. Selbst in der Mitte der Bildfläche beträgt die Geräte-Tiefe lediglich 7,4 cm.

Mit nur 3,9 cm Gerätetiefe an der flachsten Stelle zählt der JVC Super Slim LCD-TV zu den dünnsten LCD-Modellen überhaupt. Selbst in der Mitte der Bildfläche beträgt die Geräte-Tiefe lediglich 7,4 cm.

tiefe lediglich 7,4 cm. Mit weniger als 20 kg sind die Super Slim LCD-TVs echte Federgewichte. Bei der Reduzierung des Energieverbrauchs spielt der JVC Super Slim TV in der ersten Liga mit: Durch Einsatz neuester Technologien und konstruktive Maßnahmen zur weiteren Optimierung der Energie-Effizienz liegt der Leistungsbedarf im Betriebszustand unterhalb von 190 Watt. Das ist eine um rund 20 Prozent geringere Leistungsaufnahme, als die meisten vergleichbaren Geräte der Mitbewerber verbrauchen. Im wahlweise zuschaltbaren Eco-Modus passt der Super Slim LCD-TV die für den Betrachter optimale Bildschirm-Helligkeit automatisch dem aktuellen Wert des Umgebungslichts an. Im Eco-Modus reduziert sich der Energieverbrauch nochmals um 30 Prozent. Die Bildqualität der neuen JVC Super Slim TV-Modelle ist überzeugend: Mit Full-HD-Bildauflösung von 1.920 x 1.080p sind Super Slim-Modelle „HD-ready“ und kompatibel zu allen High Definition Signalquellen, wie Blu-ray Disc-Filmen, DVD-Playern mit HD-Upscaling-Funktion und HDTV-Programminhalten. Die mit dem von JVC entwickelten Bildverbesserungssystem „DynaPix HD“ optimierten detailreichen und farbstarke Bilder wirken naturgetreu und lebendig. Selbst in dunklen Bildpartien werden Einzelheiten kontrastreich und mit hoher Schwarzsättigung dargestellt. Mit dem Soundsystem „MaxxBass“ stellt JVC unter Beweis, dass sich schlanke Gehäuse-Abmessungen und voluminöse Klangbilder keineswegs ausschließen. Die, den Design-Vorgaben folgend, extra schmal dimensionierten Lautsprecher erzeugen trotz verkleinertem Resonanz-Volumen von den Höhen bis zu den Tiefen eindrucksvollen Sound.

JVC Super Slim LCD-TV-Modelle mit 46 und 42 Zoll

Bereits eingeführt sind die JVC Super Slim LCD-TVs in den Bildgrößen 46 Zoll und 42 Zoll mit Bild diagonalen von 117 Zentimetern und 107 Zentimetern. In beiden Bildgrößen werden zwei Ausstattungsvarianten angeboten: Die Modelle LT-46S90BU (46 Zoll) und LT-42S90BU (42 Zoll) sind mit

einem analogen TV-Tuner ausgestattet. Die Modelle LT-46DS9BU (46 Zoll) und LT-42DS9BU (42 Zoll) verfügen neben dem analogen TV-Tuner über einen zusätzlichen DVB-T Tuner. Der Unterschied im Verkaufspreis beträgt jeweils 100,- Euro. Alle Modelle sind mit einem Full-HD-Panel mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten ausgestattet, stellen Bildinhalte im 1.080p-Videostandard dar und erfüllen den Standard „HD-ready 1.080p“. Das dynamische Kontrastverhältnis beträgt 10.000:1. Für den Anschluss hochauflösender und normalauflösender Zuspielderäte und Programmquellen stehen drei HDMI-Schnittstellen und 2 x Scart-Eingänge zur Verfügung. Auch ein digitaler SPDIF Audio-Ausgang ist vorhanden. Die Produkt-Highlights sind: neues „Super Slim“ Airy Design, DynaPix HD MaxxBass, 3D Cinema Sound, superschlanke Lautsprecher und Eco-Modus. Zum Lieferumfang gehört eine „Touch Sensor-Bedienfeld und Multibrand“-Fernbedienung. Die UVPs der 46 Zoll Super Slim Modelle betragen 2.299 Euro (LT-46S90BU) und 2.399 Euro (LT-46DS9BU mit DVB-T). Die beiden 42-Zoll-Modelle werden zu unverbindlichen Verkaufspreisen von 1.799 Euro (LT-42S90BU) und 1.899 Euro (LT-42DS9BU mit DVB-T) auf den Markt kommen. Weitere Modelle werden auf der IFA vorgestellt.

NX-BD3: Erstes „Full-HD“ Blu-ray DLNA-Heimkino-Komplettsystem

Mit dem „NX-BD3“, einem kompakten Netzwerk-Heimkino-System mit 2.1 Front Surround, präsentiert JVC das weltweit erste 2.1 Netzwerk-Mediasystem mit integriertem Blu-ray Player und DLNA-Funktionalität und unterstreicht damit ein weiteres Mal die hohe Innovationskraft des japanischen Elektronik-Herstellers im Home-Entertainment-Markt. Die



JVC NX-BD3: Erstes kompaktes Netzwerk-Heimkino-System mit 2.1 Front Surround, integriertem Blu-ray Player und DLNA-Funktionalität.

Die Full-HD JVC Super Slim LCD-TVs kommen in 46 Zoll und 42 Zoll Größe auf den Markt. Mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten und 1.080p-Video-Standard erfüllen sie den Standard „Full-HD“.



„Digital Living Network Alliance“ (DLNA) ist eine internationale Organisation, deren Mitglieder Hersteller und Akteure aus den Bereichen Consumer Electronics, Computer- und Software, Mobiltelefone und mobile Geräte wie portable Audio- und Video-Player sind. Die DLNA hat sich die Entwicklung von Standards und Technologien für kabelgebundene und drahtlose interoperable Netzwerke zur Aufgabe gesetzt, in denen digitale Medieninhalte zwischen Komponenten der Unterhaltungselektronik, Computern und mobilen Geräten übertragen und/oder gemeinsam genutzt werden können. Als erstes Heimkinosystem der Welt hat das NX-BD3 die DLNA-Zertifizierung erhalten und kann wie jeder netzwerkfähige Computer oder Drucker per Ethernet-Kabel (LAN) oder drahtlos über WLAN in ein Heimnetzwerk eingebunden werden. Damit stehen alle im Netzwerk freigegebenen Medien-Inhalte wie MPEG-Videos, JPEG-Bilder, AVCHD-Videos und MP3/WMA-Audio-Dateien anderen Netzwerk-Clients zur Verfügung. Auf in den SD-Kartenleser des NX-BD3 eingelegte Flashspeicher-Karten kann ebenfalls zugegriffen werden. Sogar mit dem JVC Everio HD-Festplatten Camcorder aufgenommene HD-Discs lassen sich mit dem NX-BD3 abspielen. Das neue Blu-ray Komplettsystem der Sophisti-Reihe stellt dem Anwender eine komplette integrierte Media-Lösung zur Verfügung, die auch bei superkritischen HiFi- und Video-Fans keine Wünsche mehr offenlässt. Dem Anwender des

„NX-BD3“ werden höchste Bild- und Tonqualität, modernste Komponenten mit innovativer

Technik und eine reichhaltige bedienungsfreundliche Ausstattung geboten, das Ganze ergonomisch optimiert untergebracht in einer kompakten, elegant gestylten Anlage. Das NX-BD3 wird mit zwei Frontlautsprechern mit von JVC entwickelter „Anisotrop“-Technologie und einem Subwoofer ausgeliefert. Die Gesamt-Audioleistung liegt bei 420 Watt. Das NX-BD3 2.1 Front Surround System ist ab Oktober zum UVP von 999,- Euro lieferbar.

Weltrekord:

JVC HD-Camcorder für bis zu 50 Stunden Film

Gleich in zweifacher Hinsicht rekordverdächtig sind die neuen HD30 und HD40 Camcorder der High Definition Everio-Reihe: Es sind die weltweit ersten Camcorder, bei denen Nutzer zwischen den zwei Aufnahmeformaten AVCHD und MPEG-2 wählen können. Die Aufnahme erfolgt jeweils in Full-HD-Qualität (1.920 x 1.080p). Spezielle Komprimierungstechniken ermöglichen



Die JVC Camcorder GZHD30 und GZHD40 der High Definition Everio-Reihe können mit wahlweise zwei Aufnahmeformaten AVCHD und MPEG-2 in Full-HD-Qualität (1.920 x 1.080p) aufnehmen.

erheblich längere Aufnahmezeiten: bei Bitraten von 5 Mbps bis zu 50 Stunden auf der 120-GB-Festplatte des HD40 (HD 30: 80GB). Vom Einschalten bis zum Aufnehmen vergehen gerade einmal 0,6 Sekunden. Die Funktion „Auto Grouping“ ermöglicht das automatische inhaltliche Sortieren und Gruppieren ähnlicher Szenen. Der High Definition Camcorder GZHD30 ist zum UVP von 999,- Euro und der GZHD40 zum UVP von 1.299,- Euro verfügbar. www.jvc-europe.com

XDE



DER NEUE DRIVE FÜR IHRE DVD-SAMMLUNG.

> MEHR POWER

1080 Zeilen statt 576 Zeilen
– mehr Schärfe
dank XDE-Technologie.

> MEHR FRISCHE

Sattes Grün, strahlendes Azurblau
– mehr Natürlichkeit
dank XDE-Technologie.

> MEHR DETAILS

Auch im Dunkeln
– mehr Detailtreue
dank XDE-Technologie.

Toshibas XDE-Technologie eröffnet Ihnen die Möglichkeit, Ihre DVDs nahezu in perfekter HDTV-Qualität sehen zu können. Sie verwandelt die Bildqualität herkömmlicher DVDs in eine Bildqualität vergleichbar mit der von hochauflösenden Filmen im HDTV-Standard. Es ist erstaunlich, wie scharf, farbtintensiv und mit welch optimierten Kontrastverhältnissen herkömmliche DVD-Filme wiedergegeben werden.

**Besuchen
Sie uns in Halle 21a**



TOSHIBA
Leading Innovation >>>

IFA 2008 Loewe Art SL Fernseher – Individuelle Beste Designleistung & Herausragende Innovation

Mehr als 250 Journalisten von renommierten Tageszeitungen, Fachzeitschriften, Radio- und Fernsehsendern haben bei der diesjährigen Abstimmung über die IFA PreView-Awards in den beiden Kategorien „Beste Designleistung“ und „Herausragende Innovation“ der Consumer Electronics je ein Produkt von Loewe zum Sieger erklärt: Als beste Designleistung wurde die neue Loewe Fernsehgeräte-Familie „Art SL“ zum Gewinner gekürt. Als herausragende Innovation wurde dem neuen Loewe Individual Mediacenter der Sieg zugesprochen. Der Art SL ist der flachste Fernseher, den Loewe jemals auf den Markt gebracht hat. Das Loewe Individual Mediacenter macht multimediale Inhalte auf unkomplizierte Art und Weise nutzbar und übernimmt im ganzen Haus die perfekte Verteilung von Musik- und Radio-Programminhalten.

Loewe „Art SL“ TV – Faszination durch Komfort und Eleganz

Mit der Art SL-Reihe stellt der deutsche TV-Hersteller Loewe seine neueste Produktlinie als Nachfolger der bisherigen Xelos-Modellreihe vor. Die Art Modelle sind mit nur 9 cm Tiefe die flachsten Fernsehgeräte, die Loewe jemals präsentiert hat. Sie überzeugen mit schlanker Linienführung, breiter Funktionsvielfalt und höchstem Komfort. Auf der IFA werden vier Modelle mit 42 Zoll und 47 Zoll Bildgröße gezeigt, die mit den Modellbezeichnungen Loewe Art 42 SL Full-HD+ 100 (106 cm) und Loewe Art 47 SL Full-HD+ 100 (119 cm) wahlweise in den Gehäusefarben Chromsilber oder Hochglanz-Schwarz angeboten werden. Verkaufspreise wurden noch nicht genannt. Das Leitmotiv der Loewe Art SL-Reihe lautet: „Einfach komfortabel: Die Kunst zu sehen beginnt mit Art“. Die charakteristischen Eigenschaften der Art SL TV-Geräte fasst Loewe in dem Slogan zusammen: „Slim bei voller Ausstattung – Faszination durch Komfort und Eleganz – Hochauflösende Bild- und Tonqualität – Herausragendes zeitloses Design“.

Einfach komfortabel

„Einfach komfortabel und nicht weniger“, lautet der Anspruch, den Loewe mit der Art TV-Reihe als Synthese aus klarem, funktionalem Design und souveräner Technik optimal umsetzt. Loewe hat damit das Fernsehgerät zum schlanken, komfortablen Unterhaltungszentrum weiterentwickelt. Die herausragende Bild- und Tonqualität und die perfekte Integration aller Komponenten machen Fernsehen mit einem Loewe Art SL zum reinen Vergnügen. Den Entwicklungsingenieuren ist das Kunststück gelungen, die Abmessungen der Geräte zu reduzieren und trotzdem

den für Loewe Fernsehgeräte typischen hohen Komfort und Funktionsumfang voll zu erhalten. Sowohl der Art 47 SL Full-HD+ 100 wie der Art 42 SL Full-HD+ 100 verfügen über alle für erstklassiges Heimkino-Vergnügen unverzichtbaren Leistungsmerkmale und Sonderausstattungen. Mit der Art SL Fernsehgeräte-Linie richtet sich Loewe an gut etablierte Kunden mit sicherem Gespür für Komfort und stilvolle Eleganz.

„Art SL“ – Die perfekte „Art“-Filme anzusehen

Loewe Art steht für ruckelfreien Filmgenuss in optimaler Auflösung und für beeindruckenden Raumklang: Modelle der Loewe Art SL Fernsehgeräte-Familie stellen Filme in Full-HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten und 100-Hz-Technologie dar und unterstützen 24p-Kinofilmendarstellung. Der nach Stand der Technik hochwertigste Videostandard 1.080p/24 gewährleistet mit 24 Bildern pro Sekunde im Vollbildverfahren und 1.920 x 1.080 Bildpunkten weiche und fließende Bildübergänge ohne Bildruckeln (judder). Bewegungsunschärfen bei dynamisch bewegten Bildinhalten und schnellen Kamerarschwenks werden dadurch zuverlässig vermieden. In das von Phoenix Design gestaltete Gehäuse der Loewe Art SL TVs sind hochwertige Verstärker und eine von Loewe entwickelte Soundbox integriert und ermöglichen auch bei dem sehr flachen Gehäuse brillante Sound-

Die neuen „Art SL“ Modelle sind mit nur 9 Zentimetern Tiefe die flachsten Fernsehgeräte, die Loewe jemals präsentiert hat.



Auf dem Floor Stand 6 kommen die nahezu messerscharfe Seitenlinie und die matt lackierte Rückwand voll zur Geltung. Die Full-HD+100 Flach-TV-Modelle Loewe Art 47 SL und 42 SL stellen hochauflösende Filme im 1.080p/24-Modus dar und verfügen über alle für erstklassiges Heimkino-Vergnügen unverzichtbaren Leistungsmerkmale.

qualität. Mittels des optional integrierbaren Dolby-Digital/dts-Moduls kann der Loewe Art TV durch Soundkomponenten von Loewe zur kompletten TV-Systemlösung erweitert werden. Für ultimativen Surround-Genuss ist der Art mit einem Sound+ 5.1 Cinema System wie z. B. dem Loewe Individual Sound Projector kombinierbar. Die Stärken der integrierten 24p-Kinofilmendarstellung kommen besonders eindrucksvoll in Verbindung mit einem Loewe Blu-ray Player „BlueTech Vision“ zur Geltung.

Zwei plus eins TV-Receiver und HD-Recorder

In das SlimLine-Gehäuse der Art TVs sind Receiver für DVB-T und DVB-C integriert, optional auch für DVB-S. Damit steht alles zur Verfügung, was zum Empfang von digitalen terrestrischen, Kabel- oder Satelliten-Signalen erforderlich ist. HDTV-Sendungen können ohne zusätzliche Geräte genossen werden. Deshalb wird jeder Loewe Art mit dem offiziellen

Logo „HDTV 1080p“ ausgestattet. Optional mit an Bord ist der Festplattenrecorder DR+ mit 250 GB Kapazität zur unkomplizierten Aufzeichnung und zeitversetzten Wiedergabe von Fernsehsendungen, auch in HDTV-Qualität.

„Bella Figura“ nach Loewe Art

Auf einem Sideboard oder mitten im Raum platziert, machen die Flat-TVs der Loewe Art-Familie eine ausgesprochen gute Figur. Auf dem Floor Stand 6 kommen die nahezu

zentrum für das hochwertige Home Cinema System entwickelt. Es macht unterschiedlichste multimediale Angebote unkompliziert nutzbar und kann parallel dazu die Funktion der Zentrale eines nahezu unbegrenzt ausbaubaren Multiroom-Systems zur individuellen Verteilung von Medien-Inhalten im ganzen Haus übernehmen. Das Multiroom-Audio-System präsentiert Loewe auf der IFA 2008 als Weltneuheit. Das Mediacenter enthält neben einem CD- und DVD-Player einen Stereotuner für FM-Radio-Empfang, einen analogen Audioeingang, ein elegant in das Gehäuse integriertes iPod-/iPhone-Dock und zwei USB-Ports. Es ist mit schnellen LAN Ethernet-, WLAN- und Powerline-Schnittstellen ausgestattet und ermöglicht den Zugriff auf Medien-Inhalte in den freigegebenen Dateiodnern eines lokalen Computernetzwerks. Zur Verfügung stehen auch ein Internet-Radio und digitaler Radio-Empfang über Kabel- oder Satelliten-Verbindungen. An der rechten Seite des Mediacenters befindet sich ein Slot für den motorisierten Einzug von CDs und DVDs.

Die Wiedergabe von Video-DVDs in erstklassiger Qualität erfolgt über die HDMI-Schnittstellen des Mediacenters, in das Loewe einen aufwendigen „Upscaler“ integriert hat, der normalaufgelöste DVD-Videosignale in Full-HD-Auflösung (1.080p) mit flimmerfreien 50 Bildern pro Sekunde umrechnet. Für jeden Musiktitel einer eingelegten CD-Audio liefert das Mediacenter Informationen über die Musikgruppe, CD-Titel, Musikrichtung (Genre) und stellt Coverart-Fotos dar. Die dazu erforderlichen Daten werden automatisch von der renommierten „Gracenote-Musikdatenbank“ im Internet abgerufen. Die Bedienung erfolgt über die hochwertige, anschaulich und einfach konzipierte Fernbedienung, die sich

„Individual Mediacenter“: Medienzentrum für das Home Cinema System

Mit dem „Individual Mediacenter“ hat Loewe ein intelligentes Medien-



Für die Wiedergabe von Video-DVDs über die HDMI-Schnittstellen des Mediacenters hat Loewe einen aufwendigen „Upscaler“ integriert, der normalaufgelöste DVD-Videosignale in Full-HD-Auflösung (1.080p) mit flimmerfreien 50 Bildern pro Sekunde umrechnet.

Individual Mediacenter Herausragende Innovation



Das Individual Mediacenter ist mit CD- und DVD-Player, Stereotuner für FM-Radio-Empfang, analogem Audioeingang, integriertem iPod-/iPhone-Dock und zwei USB-Ports ausgestattet.

bereits bei den aktuellen Loewe TV-Geräte-Familien bewährt hat. Über die wichtigsten Einstellungen, aktuell gespielte Musikstücke oder gerade laufende Radiosender informiert das angenehm kontrastreiche, harmonisch in die Gerätefront integrierte Vakuum Fluoreszenz Display (VFD).

Ideale Zweitgeräte: Loewe Connect 26 und Connect 22

Bisher nur mit Bilddiagonalen von 32, 37 und 42 Zoll erhältlich, kommt

der mehrfach ausgezeichnete Flat-TV Loewe Connect jetzt auch mit 22- und 26-Zoll-Bilddiagonalen auf den Markt: Das ist eine gute Nachricht für alle, die in ihrem Schlaf- oder Esszimmer keinen ausreichenden Platz für einen großen Connect haben. Ideal sind die kleineren Geräte auch für Kliniken und Hotels, die Wert auf besondere Ausstattung legen. Der von der Presse als „vielseitigster Fernseher der Welt“ gelobte und mehrfach ausgezeichnete Connect war Highlight der IFA 2007. Seine Stärken sind das ansprechende moderne Design, Hybridtuner für DVB-T und DVB-C, 2 HDMI-Schnittstellen, VGA-Schnittstelle für PC-Anschluss, integriertes FM-Radio und CI-Interface für Pay-TV-Decoder.

Der Connect 26 mit seiner Bilddiagonale von 66 cm bietet HD-ready-Auflösung mit 1.366 x 768 Bildpunkten. Als „Connect Media“ wird das 26-Zoll-Modell etwas später auch mit Ethernet- und WLAN-

Schnittstelle, USB-Port und integriertem Network Mediaplayer lieferbar sein. Das ermöglicht den bequemen Zugriff auf in einem Heimnetzwerk gespeicherte Medieninhalte, MP3-Musik und JPEG-Digitalfotos oder die Einbindung in das neue Multiroom-Audio-System, das Loewe auf der IFA als Weltneuheit präsentieren wird. Die Variante „Connect Media DR+“ ist zusätzlich mit einem HDTV-fähigen integrierten Festplatten-Recorder bestückt. Das Schwestermodell Connect 22 mit 56 cm Bilddiagonale verfügt mit 1.680 x 1.050 Bildpunkten über eine ideale PC-Auflösung und ist deshalb für den Einsatz in Büros und Geschäftsräumen prädestiniert, in denen Wert auf überragende Bildqualität und anspruchsvolles Design gelegt wird.

Zur reichhaltigen Ausstattung gehören Picture-in-Picture, EPG, Videotext mit 1.000-Seiten-Speicher, integrierter FM-Radio-Tuner und eine Musikleistung von zweimal 10

Watt mit zuschaltbarem Panorama-Modus für ein klares Klangerlebnis. Die beiden neuen Flat-TV-Modelle mit Tischfuß (Table Stand) sind in Chromsilber oder wahlweise weißem oder schwarzem Hochglanzgehäuse lieferbar. Alternativ ist ein schlanker Boden-Standfuß (Floor Stand) erhältlich. Auch direkte Wandaufhängung per VESA-Halterung ist möglich.

„red dot: best of the best“ für Loewe Connect 37

Der „Connect 37“ ist 2008 mit dem „red dot: best of the best“ für höchste Designqualität ausgezeichnet worden. Die beiden Loewe TV-Geräte „Individual 40 Compose“ mit Soundprojector und „Individual 52 Compose“ auf Centerspeakerstand mit zwei Standlautsprechern und der DVD-Recorder „ViewVision DR+

DVB-T“ erhielten den „red dot“ für hohe Designqualität. Mit mehr als 3.000 Einreichungen aus insgesamt 60 Ländern zählt der „red dot design award“ zu den größten Designwettbewerben weltweit. Die Jury besteht aus namhaften Designern und Designexperten aus aller Welt und bewertet nach Kriterien wie Innovation, Funktionalität, formale Qualität, Ergonomie, symbolischer und emotionaler Gehalt sowie dem Selbsterklärungsaspekt eines Produktes. „Wir freuen uns über das hohe Lob, unterstreicht es doch die herausragende gestalterische Qualität unserer Produkte. Der ‚red dot‘ ist zugleich Verpflichtung für unsere künftige Arbeit“, betont Loewe Vorstandsvorsitzender Frieder C. Löhner. Das ausgezeichnete Design der Connect-Familie stammt von Design 3 in Hamburg.



Bisher nur in 32, 37 und 42 Zoll erhältlich, kommt der Loewe Connect nun auch mit 22- und 26-Zoll Bilddiagonalen auf den Markt.

www.photokina.de

Im Fokus

Ihr Business

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

Die Zukunft sehen und erleben!

Alle Innovationen, alle Trends, alle Lösungen.

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

Mekka für alle Anwender im Imaging-Workflow.

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

Köln, 23.–28. September
photokina 2008
world of imaging

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

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

 **koelnmesse**
we energize your business

Pos-Neuheiten

Kabelmanager von Real Cable

Der Kabelmanager von Real Cable ist die ideale Lösung, um Kabelbündel hinter dem A/V-Equipment ordentlich und unsichtbar zu verlegen. Der Kabelmanager besteht aus einer dehnbaren Nylonhülle. Über einen über die gesamte Länge verlaufenden Klettverschluss lassen sich die Kabel bequem bündeln und zusammenfassen. Kommt ein zusätzliches Kabel hinzu, muss dieses nicht umständlich durch die Hülle geschoben werden, sondern kann bequem einfach dazu gelegt werden. Die Kabel können an jeder beliebigen Stelle aus dem Klettverschluss herausgeführt werden. Der Kabelmanager lässt sich bis zu einem Maximaldurchmesser von 5 cm befüllen. Die Länge des dezent grauen Nylon-schlauches beträgt 1,50 Meter.

www.quadral.de

Neue Montage-Funktion in Pinnacle Studio 12

Mit der kürzlich auf den Markt gebrachten Pinnacle Studio Version 12 haben Videofilmer die Möglichkeit, auf einfache Weise spektakuläre Heimvideos zu gestalten. Hierzu ist die Software mit einer neuen Mehrspur-Funktion ausgestattet. Mit Pinnacle Montage kön-



nen Nutzer ihre Heim- oder Urlaubs-videos themenbasiert mit Videoeffekten und Animationen bearbeiten. Mehrere Videos lassen sich gleichzeitig abspielen. So können Überlagerungs- und Übergangseffekte mittels „einzoomen und auszoomen“, ein animiertes Fotoalbum oder eine Videowand wie aus Nachrichtensen-dungen aus bis zu sechs Quellen problemlos generiert werden. Videoszenen oder Fotos müssen nur per „Drag & Drop“ in den Bearbeitungsbereich gezogen werden.

www.pinnaclesys.com

Neue digitale Bilderrahmen von Samsung

Der neue digitale Bilderrahmen Samsung SPF-105P präsentiert die Fotos detailreich und brillant auf einem großen 10-Zoll-Bildschirm mit einer Auflösung von 1.024 x 600 Bildpunkten. Dank eines integrierten Speichers von 1 Gigabyte fasst er bis zu 3.000 Bilder, die auf Knopfdruck zum Abruf bereitstehen. Die beiden ebenfalls neuen Modelle Samsung SPF-85P und SPF-86P verfügen über einen 8-Zoll-Bildschirm mit einer Auflösung von 800 x 600 Pixeln und bieten auch 1 GB Speicherkapazität. Die Fotos können via USB-Anschluss oder den

integrierten Kartenleser auf den Bilderrahmen überspielt werden. Er liest die gängigen Karten-Formate SD, MMC, MemoryStick und XD. Neben dem JPEG-Bildformat lassen



sich auch MP3-Musikdateien und digitale Videos im MJPEG-Format wiedergeben, wobei die integrierten Stereo-Lautsprecher für den passenden Sound sorgen. Dank eines eingebauten Akkus kann man Fotos und Videos bis zu einer Stunde lang kabellos genießen. Im Netzbetrieb hilft eine programmierbare Ein/Aus-Funktion, unnötigen Dauerbetrieb zu vermeiden und so Strom zu sparen.

www.samsung.de

Selbst konfektionierbare HDMI-Kabel und Stecker

Das neue Oehlbach XXL Ivory Emotion HDMI-Kabel mit seiner seidig glänzenden perlmuttfarbenen Oberfläche löst viele Probleme bei der Kabelverlegung. Bisher konnten HDMI-Kabel nur fertig konfektioniert bezogen werden. Die Verlegung im Kabelkanal oder Leerrohr war nicht oder nur mit erheblichen Risiken möglich – denn beim Einziehen wurde zu oft der Stecker beschädigt oder abgerissen.

Das Oehlbach Topmodell XXL Ivory Emotion HDMI-Kabel, erhältlich als Meterware, ist dreifach geschirmt, besteht aus hochwertigen monokristallinem HPOCC Kupfer und kann



eine Auflösung von 1.080p im Standard 1.3 bis 15 m ohne zusätzliche Verstärkung übertragen. Damit ist das Kabel uneingeschränkt HDTV-kompatibel und zukunftssicher. Die dazu passend erhältlichen XXL Ivory Emotion HDMI-Stecker mit Vollmetallgehäuse sind die ersten, die lötfrei selber konfektioniert werden können. Die unverbindliche Preisempfehlung für das Oehlbach XXL Ivory Emotion HDMI-Kabel beträgt 29,99 Euro pro Meter, für das Paar HDMI-Stecker 49,99 Euro.

www.oehlbach.de

Designanlage mit USB-Anschluss von Kenwood

Moderne Technik und elegante Optik zeichnen Kenwoods neue Designanlage C-707i aus, die in zwei Farbvarianten erhältlich ist. Während die C-707i-W ganz in Weiß daherkommt, verfügt

die C-707i-S über ein Steuergerät mit einer Aluminium Frontblende in Hairline-Finish und daran angebrachte, abnehmbare Lautsprecher mit schwarzer Abdeckung. Mit einer Gehäusetiefe von gerade mal 18 Zentimetern finden die Designsysteme auch in Regalen oder auf einem Ablagebord problemlos Platz und sind



schon allein wegen ihrer kompakten Abmessungen für den Einsatz in Schlafzimmer, Küche oder Arbeitszimmer prädestiniert. Die Anlage ist mit einem Radioempfänger für UKW und Mittelwelle mit 40 Senderspeichern und Timerfunktion, einem CD-Laufwerk für Audio-CDs, MP3 oder WMA-Dateien sowie zwei abnehmbaren Vollbereichs-Lautsprechern ausgestattet. Über den USB-Host Anschluss lassen sich auf USB-Stick, USB-Festplatte oder Memory-Player

gespeicherte MP3- oder WMA-Dateien wiedergeben. Die C-707i-S/W ist zum Preis von 259,- Euro ab sofort lieferbar. www.kenwood.de

2.2-Kanal-Stereo-Vollverstärker von Harman

Der HK 990 als 2.2-Kanal-Stereo-Vollverstärker setzt neue Maßstäbe. Die hochstromfähigen Endstufen im HK 990 liefern bis zu 100A an die Lautsprecher und leisten an 8 Ohm 150 Watt pro Kanal. Der ultrabreite Frequenzgang von 10 Hz–100 kHz sowie ein Klirrfaktor (THD) von unter 0,07% ermöglichen ein Klangbild, das von



außerordentlicher Musikalität und Genauigkeit geprägt ist. Für Klangoptimierung sorgt ein hochwertiger Digital/Analog-Wandler im Verstärker. Sechs analoge Stereo-Eingänge, vier digitale Eingänge (zweimal optisch und zweimal koaxial), zwei Phono-Eingänge zum Anschluss von Plattenspiellern mit MM oder MC Tonabnehmersystemen, zwei symmetrische XLR-Anschlüsse sowie ein USB-Eingang stehen allein auf der Eingangsseite bereit. Neben zwei analogen und einem koaxialen digitalen Ausgang überzeugt der HK 990 ebenfalls mit zwei Ausgängen für aktive Subwoofer. Um f a s s e n d e Schnittstellen wie Vorverstärkereingänge für den Anschluss externer

Endstufen oder von Aktiv-Lautsprechern, hochwertige Anschlüsse für Kabeldurchmesser bis zu 10 mm² sowie ein A/B-Lautsprecher-Umschalter runden das Angebot dieses Kraftpaketes ab. Der HK 990 ist ab Oktober zu einem unverbindlichen Verkaufspreis von 1.699,- Euro im Handel erhältlich. www.harman.com

Netzwerk-Receiver und Mediaplayer von Reel

Mit dem Reel NetClient kann man Live-TV und andere Medieninhalte wie Videos, Bilder und Musik in jedem Raum eines Hauses über ein platzsparendes und kostengünstiges Wiedergabegerät abrufen. Der Reel NetClient ist über seinen HDMI- oder Scart-Ausgang in der Lage, das über die Streamingbox ReelBox Avantgarde zentral empfangene TV- und Radioprogramm live wiederzugeben. Mit seinen geringen Abmessungen von 40 x 90 x 170 mm (BxHxT) findet der NetClient überall Platz. TV und Video können in den Auflösungen 480i, 576i, 720p sowie 1.080i wiedergegeben werden, auch im neuen HD-Standardcodecs MPEG-4 (h.264/AVC). Zahlreiche Schnittstellen wie USB, eSATA oder Ethernet helfen, den NetClient auch in fremden Umgebungen mit anderer Unterhaltungselektronik und PCs zu verbinden.

www.reel-multimedia.com

VisionMount-Serie von Sanus

Wandhalterungen für Flachbildschirme, die sich komplett fernsteuern lassen, präsentiert Sanus auf der IFA. Den Auftakt zu der neuen Linie motorisierter Produkte macht die VisionMount-Serie. Zu den neuen Wandhalterungen gehören neigbare Halterungen für Flachbildfernseher mit einer Diagonale von 37 bis 60 Zoll oder seitlich sowie in der Achse um 30 Grad bewegbare Produkte für 26- und 46-Zoll-Flat-TVs.

www.sanus.com

Blu-ray-Disc mit sechsfacher Schreibgeschwindigkeit

Mit der vermehrten Übertragung von Fernsehinhalten in HD-Qualität und der zunehmenden Verbreitung von HD-Camcordern wächst die Nachfrage nach Aufnahme- und Archivierungsmöglichkeiten für hochauflösende Videoinhalte.

Jetzt bringt Panasonic die weltweit erste Blu-ray-Disc (BD-R) mit einer sechsfachen Schreibgeschwindigkeit auf den Markt. Darüber hinaus kommen im Oktober 2008 zwei weitere Panasonic BD-Modelle mit praktischen Videoboxen in den Handel: die einmal beschreibbaren LM-BRU25/50AE, die mit doppelter Schreibgeschwindigkeit aufwarten.

Die neuen 6x Blu-ray-Discs verfügen über 25 beziehungsweise 50 Gigabyte Speicherkapazität und haben eine maximale Datenübertragungsgeschwindigkeit von 216 Megabit pro Sekunde. Das ist 20 Prozent schneller als bei einer 16x DVD-R Disc. Natürlich sind die neuen Modelle nach unten kompatibel und bringen auch bei einfacher Schreibgeschwindigkeit optimale Leistung. Dank einer neu entwickelten Technologie bieten die neuen Panasonic 6x BD-R ausbalancierte Laufeigenschaften und eine hohe Präzision.

Mit den im Oktober erscheinenden weiteren zwei Blu-ray-Disc-Neuheiten erweitert Panasonic sein Portfolio mit Speichermedien, die optimal für Videoaufnahmen in HD geeignet sind. Alle Panasonic Blu-ray-Discs haben dank der ausschließlichen Verwendung einer anorganischen Beschichtung eine Lebensdauer von circa 50 Jahren und sind daher das optimale Medium, um wichtige Video-Aufnahmen auch langfristig sicher zu speichern. Damit nicht nur der Inhalt stimmt, kommen die



neuen Blu-ray-Discs in hochwertigen Videoboxen in den Handel, so dass der Endkunde nicht zwangsweise auch noch eine neue Hülle kaufen muss. Darüber hinaus unterstützt die hochwertige Verpackung den Abverkauf der neuen Scheiben.



www.panasonic.de

Reaktionsschnell.

Ausdauernd.

Full HD in Bestform.

HD Everio

HD Everio

Erster Camcorder mit AVCHD & MPEG2 Dual Format

Er ist vom Start an blitzschnell und meistert mit seiner langen Aufnahmezeit selbst Marathonstrecken in Rekordzeit. Und Dank seiner überragenden Technik ist es ein Vergnügen, mit ihm unterwegs zu sein. Kurz gesagt, er ist in Bestform! Nutzen Sie diese Power zur Verwirklichung Ihrer eigenen Ideen.



1080/50P
Output



Dual Recording



GZ-HD 30 mit 80 GB HDD
GZ-HD 40 mit 120 GB HDD



JVC®

The Perfect Experience

Erlebe die Zukunft | www.jvc.de



Sony zeigt Produktneuheiten auf über 6.000 m²

Seit Ende letzten Jahres leitet Jeffry van Ede die Geschicke der Sony Deutschland GmbH. Auf der IFA 2008 präsentiert sich das Unternehmen in Halle 4.2 mit seinen neuen Produkten sowie Strategien und hält für seine Handelspartner attraktive Produktpakete bereit.

Sony Deutschland kommt nicht nur mit einem neuen Standkonzept auf die IFA 2008, sondern gleichzeitig auch mit dem größten Messestand.

Größter IFA-Stand

„Bei Sony in Halle 4.2 erwartet die Besucher der mit insgesamt 6.000 Quadratmetern größte Stand, den ein einzelner Aussteller auf der diesjährigen IFA angemietet hat“, freut sich Jeffry van Ede, Geschäftsführer der Sony Deutschland GmbH. „Sony setzt auf ein einzigartiges interaktives Standkonzept, das auf eindrucksvolle Weise Farb- und Klangwelten kombiniert. Wir präsentieren mit den Produkt-Highlights der Sony Consumer Electronics und IT sowie den neuesten Produkten und Inhalten der Sony Schwesterunternehmen die gesamte Bandbreite dessen, was wir in naher Zukunft im Bereich Digital Entertainment anbieten werden“, erläutert van Ede.

Neue Partnerschaften

Für den Fachhandel ist ein Besuch auf dem Sony-Stand empfehlenswert, denn hier bekommt er einen Überblick über das gesamte neue Lineup. „Wir sind sehr sicher, dass wir mit attraktiven Angebotspaketen und einem beeindruckenden Produkt-Lineup unsere Handelspartner davon überzeugen

werden, dass ein Besuch bei Sony sehr lohnenswert ist“, ist Florian Rosenberg, Sales Director Sony Deutschland, überzeugt.

„Als eine der weltweit wichtigsten Leitmesse für Unterhaltungselektronik nimmt die IFA für Sony

einen sehr großen Stellenwert als Vertriebsplattform für intensive Gespräche mit unseren Besuchern ein. Mit Händlern und Geschäftspartnern möchten wir in Berlin neue Partnerschaften eingehen und bereits bestehende intensivieren“, bekräftigt Rosenberg. „Ich lade deshalb alle Händler ein, uns auf

der IFA 2008 zu besuchen. Es ist natürlich auch noch kurzfristig möglich, persönliche Termine mit Sony Ansprechpartnern zu vereinbaren, die durch unsere Produktbereiche führen, Ihre Fragen beantworten und Ihre Wünsche aufnehmen werden“, so Florian Rosenberg.

„Alle Mitarbeiter der Sony Deutschland GmbH haben in den letzten Wochen viel dafür getan, mit innovativen, einzigartigen Produkten und viel persönlichem Engagement die Basis für ein erfolgreiches Miteinander mit unseren Partnern zu schaffen. Lassen Sie sich von uns auf der IFA inspirieren und starten Sie mit uns in ein erfolgreiches Jahresendgeschäft. Das gesamte Team von Sony Deutschland freut sich

auf konstruktive Gespräche und gute Geschäfte mit unseren Handelspartnern in Berlin“, führt Rosenberg aus.

Weltpremieren

Das Hauptaugenmerk liegt eindeutig im Bereich der Consumer Electronics. „Die Produktschwerpunkte der IFA liegen für uns klar im Segment Home Entertainment“, gibt Jeffry van Ede die Marschrichtung vor. „Der Fokus ist mit Sicherheit unser umfassendes neues TV-Portfolio. Mit BRAVIA setzen wir deutliche Akzente und präsentieren viele neue Produkte und Technologien, darunter sogar Weltpremieren, die noch im laufenden Geschäftsjahr in den Handel kommen werden und jetzt schon geordert werden können.“

„Neben vielen LCD-TVs stellen wir dem deutschen Publikum auch erstmals Fernsehgeräte mit OLED-Technologie vor. Mit dem elf Zoll großen XEL-1 bieten wir ab Anfang 2009 den ersten OLED-TV auf dem deutschen Markt an“, macht van Ede neugierig.

Schwerpunkt Blu-ray

„Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf dem Format Blu-ray Disc. Hier stellen wir einige neue Produkte in verschiedenen Preisklassen vor um unsere weltweit führende

Stellung im Markt behaupten zu können. Aber auch andere Produktbereiche werden nicht zu kurz kommen, denn auch im Audio-Segment und bei Digital Imaging Produkten zeigen wir einige spektakuläre Neuheiten“, so van Ede weiter.

Mit dem bisherigen Geschäftsverlauf zeigt sich der Deutschland-Chef zufrieden: „Für das erste Jahr habe ich zehn bis 15 Prozent Wachstum als Ziel vorgegeben. Ich bin sehr zufrieden, dass wir viele formulierte Ziele im ersten Quartal 2008 nicht nur erreicht haben, sondern sogar weit erfolgreicher waren als geplant. So haben wir unseren Umsatz im Segment CAV um beeindruckende 30 Prozent gesteigert.“

Umstrukturierung

„Auch intern ist viel in Bewegung und entwickelt sich positiv. Mit dem Philharmonie-Programm haben wir ein großes internes Programm innerhalb der Sony Deutschland ins Leben gerufen. Natürlich fokussieren wir auch die innere Organisation, insbesondere die Kultur innerhalb Sonys. Denn bevor wir uns nach außen ändern, müssen wir dies intern leben.“

Die Neuorientierung trägt bereits erste Früchte. „Einiges konnten wir bereits erfolgreich umset-

zen und implementieren“, führt Rosenberg aus. „Im Rahmen des Philharmonie-Programms arbeiten diverse Arbeitsgruppen auch an Vertriebsthemen sowie an der Optimierung von Prozessen. Zum Beispiel liegen uns die Themen Warenverfügbarkeit und Service sehr am Herzen. Hier arbeiten wir an kundenorientierten und zuverlässigen Lösungen. Wir wollen und werden die Partnerschaft mit dem Handel stärken. Gemeinsam können wir nachhaltig zusammenarbeiten, indem wir als echte Partner einander dabei helfen, uns vom Wettbewerb positiv zu unterscheiden.“

Fachhandel im Fokus

Bei aller Offensivität verliert van Ede nicht den Blick für den Handel. „Sony ist eine Premium-Marke, und wir haben kein Interesse daran, unsere hochwertigen Produkte zu Dumpingpreisen anzubieten. Sony wird keinen Preiskampf anzetteln, und wir werden auch keine Marktanteile kaufen. Preiskämpfe, in welchem Segment auch immer, vernichten Werte und sind auch für die Verbraucher nicht gut, denn als Unternehmen müssen wir Geld verdienen, um zum Beispiel in Forschung und Entwicklung, aber auch in Service und Support sowie vor allem in eine optimale Unterstützung des Handels investieren zu können. Alles Voraussetzungen für eine nachhaltige Unternehmens-Strategie zur Sicherung der Margen für den Handel.“



Jeffry van Ede: „Sony wird keinen Preiskampf anzetteln, und wir werden auch keine Marktanteile kaufen.“



Florian Rosenberg: „Lassen Sie sich von uns auf der IFA inspirieren und starten Sie mit uns in ein erfolgreiches Jahresendgeschäft.“

Sony: Angriff in der Ober- und Mittelklasse

Neue Premium-LCD-TV-Serien

Bereits mit den ersten Bravia-Displays konnte Sony Handel und Verbraucher überzeugen. Mit den Serien X4500 und W4500 kommen jetzt Full-HD-LC Displays auf den Markt, die in puncto Design und Ausstattung neue Maßstäbe setzen. Erstmals kommen Geräte mit RGB Dynamic LED-Hintergrundbeleuchtung und lokalem Dimming auf den Markt.

Nachdem in den letzten Jahren Flat-TVs bis 32 Zoll den Markt beherrschten, geht der Trend jetzt immer mehr in Richtung größerer Bildformaten. Dem Wunsch der Endkunden nach technisch hochwertigen Displays ab 40 Zoll kommt Sony jetzt mit seinen beiden neuen LCD-TV-Serien X4500 und W4500 nach.

X4500 mit individueller Farbgebung

Die X4500-Serie kombiniert das neue „draw the LINE“-Design mit dem klassischen Charakteristikum der X-Serien, dem „Floating Design“, zu einem eleganten, unverwechselbaren Äußeren. Die in der Grundausstattung in Silber gehaltenen Lautsprecherabdeckungen sind optional auch in Rot (Ruby Red) oder Schwarz (Obsidian Black) lieferbar und bieten so die Möglichkeit zur individuellen Raumgestaltung. Die Modelle der X4500-Serie sind in 55 Zoll und in 46 Zoll erhältlich.

Mit vier HDMI-Schnittstellen für den Anschluss einer Vielzahl von Zusiellern, wie zum Beispiel einer Playstation 3, einem Blu-ray Disc Player, einem HDD/DVD-Recorder und einer High-Definition Handycam, sind die neuen Modelle für alle Einsatzbereiche gewappnet. Die Verarbeitung des Bildsignals übernimmt die neue Bravia Engine 2 Pro, die das eingehende Signal aufwendig filtert und optimiert, so dass bei allen Bildparametern noch einmal eine sichtbare Verbesserung auf dem 1.080p Full-HD LCD-Panel erreicht wird. Die Rauschreduzierung, eine Erweiterung des Farbumfangs sowie sanfte Bewegungsübergänge bei gleichzeitiger Erhöhung des Kontrastverhältnisses für einen satten Schwarzwert sorgen für ein echtes Kinoerlebnis. Natürliche Farben, bislang unerreichte Kontrastverhältnisse, ein sattes Schwarz und eine überraschende Brillanz der Bilder sind die Eigenschaften der X4500-Modelle. Erreicht werden diese dank einer

neuen Hintergrundbeleuchtung. Statt auf eine herkömmliche Technologie setzt Sony in der neuen X4500-Serie auf RGB Dynamic LEDs mit lokalem Dimming. Einzelne LED-Felder können vom Prozessor separat angesteuert und nach Bedarf gedimmt oder ausgeschaltet werden. Der Einsatz von roten, grünen und blauen LEDs liefert im Vergleich zu konventionellen weißen LEDs eine größere Farbpalette und sorgt so für eine realistische Darstellung von Blu-ray Disc, DVD und TV.

Integriertes Surround-System

Auch in Bezug auf den Kino-Sound sind die Modelle der X4500-Serie wegweisend. Der virtuelle Surround-Klang des digitalen S-Master-Verstärkers ist dank eines speziellen Audio-Systems beachtlich. Insgesamt acht Lautsprecher – sechs Main-Speaker und zwei Woofer – sorgen im

Bei der X4500-Serie sind die in Silber gehaltenen Lautsprecherabdeckungen optional auch in Rot (Ruby Red) oder Schwarz (Obsidian Black) lieferbar und bieten so die Möglichkeit zur individuellen Raumgestaltung. Die Bilderrahmen-Funktion macht aus dem Fernseher die Leinwand für Lieblingsbilder.

KDL-55X4500 für die Beschallung. Der KDL-46X4500 verfügt über vier Main-Speaker sowie ebenfalls zwei Woofer und braucht sich im Hinblick auf Klangerlebnis nicht hinter dem 55-Zoll-Modell zu verstecken. Erreicht wird diese Energieleistung im 46-Zoll-Modell durch eine neue Lautsprecher-Technologie. Die integrierten, lediglich fingerbreiten Lautsprecher bieten eine für Fernseher in dieser Größe völlig neue Akustik. Die Surround-Effekte können entweder für Sport, Live-Konzerte oder Filme vorgewählt oder individuell eingestellt werden.

W4500 – Spitze in oberer Mittelklasse

Egal, ob Fernsehen, Filme von Blu-ray Disc oder Spiele auf der Playstation 3: Die neuen 52, 46 und 40 Zoll großen Modelle der Bravia W4500-Serie liefern ein

brillantes Bild und starken Sound, um das Beste aus High Definition Zusiellern und dem Fernsehsignal herauszuholen. Auch hier sorgt die Bravia Engine 2 für ein farbtreues und kontrastreiches Bild.

DLNA-fähig

Mit dem integrierten Netzwerk-Anschluss der neuen DLNA-zertifizierten X4500- und W4500-Modelle (Digital Living Network Alliance) können Bilder und Musik von einem anderen DLNA-fähigen Gerät auf den Full-HD-Displays angesehen werden. Der integrierte Digital Media Port bietet mittels verschiedener optionaler Adapter die Möglichkeit, Content von mobilen Endgeräten auf den LCD-TVs abspielen zu können. Erhältlich sind zur Zeit Adapter für Bluetooth, WiFi, Walkman, Sony Ericsson Mobiltelefone und iPod.

www.sony.de



Die Bravia Modelle der X4500-Serie sind in der neuen Größe 55 Zoll und in 46 Zoll erhältlich. Dank DRC (Digital Reality Creation) der neuesten Generation 3.0 skalieren die neuen Modelle jedes Signal auf die 1.920 mal 1.080 Bildpunkte des Displays. RGB Dynamic LEDs mit lokalem Dimming liefern mehr Farben.



Die neuen 52-, 46- und 40-Zoll-Modelle der Bravia W4500-Serie bieten ein brillantes Bild und starken Sound, um das Beste aus HD-Zusiellern und dem Fernsehsignal herauszuholen. Die Bravia Engine 2 liefert ein kontrastreiches Bild, während die Motionflow 100Hz-Technologie für Bewegungsschärfe sorgt.

KERNARGUMENTE

- Bravia Engine 2 (W4500) und Bravia Engine 2 Pro (X4500)
- 1.080p Full-HD LCD-Panel
- Individuell anpassbare Lautsprecherblenden bei der X4500-Serie
- RGB Dynamic LEDs mit lokalem Dimming für eine größere Farbpalette bei X4500
- DLNA-fähig
- Integriertes virtuelles Surround-System
- Vier HDMI-Anschlüsse bei X4500 und drei bei W4500
- Motionflow 100Hz (W4500) und Motionflow 100Hz Pro (X4500)
- Digital Media Port. Adapter für Bluetooth, WiFi, Walkman, Sony Ericsson Mobiltelefone und iPod verfügbar

Sony: VAIO FW-Serie für Multimedia-Anwendungen

Schön und funktionell

Die technologischen Innovationen und die Erfahrung der letzten zehn Jahre in Kombination mit den neuesten Entwicklungen spiegeln sich in den aktuellen Geräten des neuen VAIO-Portfolios wider. Die FW-Serie im aktuellen VAIO-Lineup repräsentiert Entertainment-Notebooks mit doppelter Hintergrundbeleuchtung für eine bestmögliche Bildarstellung.

Die VAIO FW-Serie ist konsequent auf Multimedia-Anwendungen ausgelegt und verbindet elegantes Aussehen mit hoher Performance. Egal ob bei Business- oder Consumer-Notebooks, die „VAIO Experience“ ist garantiert. Sony nutzt in allen neuen VAIO Modellen Intels leistungsfähigste Notebooktechnik Centrino2. Neben einer deutlich gesteigerten Leistung zeichnet sich Centrino2 durch besondere Energieeffizienz für längere Akkulaufzeiten aus. Die neuen Chipsätze beschleunigen Foto- und Videobearbeitung ebenso wie die gleichzeitige Nutzung mehrerer Programme. Als zukunftsichere Plattform ist Centrino2 für die Wiedergabe von HD-Content zum Beispiel auf Blu-ray Disc optimiert.

Entertainment-Profis

Im Consumer-Segment bietet Sony mit VAIO ein umfangreiches und in dieser Vielfalt einzigartiges Angebot an Entertainment Notebooks. Konsequent auf High Definition ausgelegt, verfügen sie zum Beispiel über Blu-ray Laufwerke zum Abspielen oder Brennen von

Blu-ray Discs. Damit eignen sich diese Modelle nicht nur zur Wiedergabe von HD-Videos, sondern auch zur Bearbeitung und Archivierung von HD-Inhalten.

Die neue VAIO FW-Serie bietet Entertainment vom Feinsten. Das Display ist eine Weiterentwicklung der X-black LCD-Technologie und liefert eine maximale Auflösung von 1.600 x 900 Bildpunkten (WXGA++). In den High-End-Modellen der VAIO FW-Serie setzt Sony auf eine doppelte Hintergrundbeleuchtung, die für ein hohes Kontrastverhältnis und gute Helligkeit bei hundertprozentiger Farbtreue sorgt.

Die „Dolby Room Technologie“ liefert einen virtuellen Raumklang über Kopfhörer. Darüber hinaus sind fast alle Modelle mit Blu-ray Laufwerken oder -Brennern ausgestattet und bieten eine HDMI-Schnittstelle zur verlustfreien Übertragung von 1.080p-Bildsignalen und 7.1-Sound. Die neue Intel Centrino2-Plattform ist die Basis für die Nutzung anspruchsvoller Multimedia- und Entertainment-Anwendungen. Der auf 1.066 Megahertz gesteigerte



Front Side Bus ermöglicht in Kombination mit der leistungsstarken ATI-Grafikkarte die flüssige Wiedergabe von 3D-Anwendungen. Für die Anbindung an bestehende Heimnetzwerke ist die FW-Serie mit einem WLAN-Modul nach dem Wireless N-Standard ausgerüstet, der bis zu fünfmal schneller ist als herkömmliche WLAN-Verbindungen.

Noch funktioneller

Mit dem Sommer-Lineup 2008 setzt Sony auf ein zylindrisches Design der Scharnier-Einheit. Die neu gestalteten Gelenke verbinden Gehäuse und Display auf besonders ästhetische Weise und sorgen dank des schlanken und stromlinienförmigen Profils für kompakte Formfaktoren bei verbesserter Robustheit. Auch der Power-Schalter ist in das neue zylindrische Rückgrat eingebun-

Bei der FW-Serie kommt ein völlig neues Display mit einer Bildschirmdiagonale von 16,4 Zoll zum Einsatz. Das leuchtstarke Panel liefert eine Auflösung mit 1.600 x 900 Pixeln im nativen 16:9-Format. Trotzdem ist das Notebook leicht und kaum größer als ein 15-Zoll-Display.

den und leuchtet im Betrieb in einem hellen Smaragd-Grün. Beim Produktdesign geht es aber nicht nur um Aussehen, sondern auch um Funktionalität. Das neue „Isolation Keyboard“ besteht aus deutlich voneinander abgetrennten Tasten und macht das Schreiben besonders komfortabel. Die einzelnen Tasten sind leicht gewölbt, haben einen angenehmen Druckpunkt und einen kaum hörbaren Anschlag. Dank der Zwischenräume ist das Tippen auch mit langen Fingernägeln angenehm.

VAIO neu definiert

Nach einer Dekade VAIO in Europa definiert Sony die Marke nun neu: Mit dem zehnten Geburtstag steht VAIO ab dem Sommer 2008 nun-

mehr für Video Audio Intelligent Organizer. So erweitert Sony die vorinstallierten Software-Pakete um viele weitere Programme. Mit der „VAIO Movie Story“ macht man aus Urlaubsvideos schnell einen komprimierten Film mit passender Musik. Dank VAIO Media Plus können zum Beispiel Notebooks der FW-Serie einfach und ohne Netzwerk-Kenntnisse in das Heimnetzwerk eingebunden und somit Filme, Fotos und Musik per WLAN im ganzen Haus auch an verschiedenen Stellen verfügbar gemacht werden.

Die „VAIO Music Box“ analysiert den Klang der gespeicherten Tracks und stellt dem Anwender auf Wunsch eine der jeweiligen Stimmung entsprechende Musikauswahl zur Verfügung.

Eine Dekade der Innovation – zehn Jahre Sony VAIO in Europa



1998: Erstes VAIO Produkt in Europa. Start mit dem 1,5 Kilogramm leichten Sub-Notebook PCG-505F mit Magnesium/Karbon-Gehäuse.



1999: Erstes Notebook mit integrierter Motion Eye Webcam für mobile Videotelefonie und Videokonferenzen (VAIO PCG-C1).



2002: Erstes Notebook mit eingebauter WLAN-Option und voller Bluetooth-Fähigkeit (VAIO PCGSRX41P).



2002: Erstes Notebook mit 16-Zoll-Display, mit dem sich auch umfangreiche Grafik-Arbeiten durchführen lassen (VAIO VGN-GRX-316).



2003: Erstes VAIO Notebook mit Intel Centrino Technologie und einer Akkulaufzeit von sieben Stunden (VAIO PCG-Z1).



2004: Das dünnste und mit 835 Gramm gleichzeitig leichteste Notebook der Welt (VAIO VGN-X505).



2004: Erstes in Großserie gefertigtes Notebook mit der stromsparenden LED-Backlight-Technologie (VAIO VGN-TX1).



2006: Erstes Notebook der Japaner mit integriertem Blu-ray-Brenner und Full-HD-Display (VAIO VGNAR11S).



2007: Kleinster Ultra Mobil PC mit kompletter Windows XP-Ausstattung und vollwertiger Schiebetastatur (VAIO VGN-UX1).



2008: VAIO FW-Serie mit 16,4-Zoll-Displays, HSMI-Schnittstelle, Full-HD und Dolby Roomm Technologie für virtuellen Sound.

Blu-ray Player mit BD-Live-Funktion

Sony: Offensive in Blau

Nachdem sich Blu-ray Anfang dieses Jahres gegen das HD-DVD-Format durchgesetzt hat, kommen immer mehr Filmtitel sowie Player auf den Markt. Sony bringt jetzt mit dem BDP-S350 und dem BDP-S550 zwei neue Blu-ray Disc-Player zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis in den Handel.

Blu-ray Player, Discs und Flachbildschirme gehören für das perfekte Home-Cinema-Erlebnis zusammen. Denn ohne den passenden Sound macht ein Film nur halb so viel Spaß, und ohne das richtige Bild ist der Film nur die Hälfte wert. Abgesehen von „Full-HD“-Camcordern liefert nur Blu-ray hochauflösende Inhalte zum „Full-HD“-Fernseher.

Um jeden Blu-ray Videofilm zum Erlebnis werden zu lassen, bietet der im Vergleich zu seinem Vorgänger BDP-S300 in den Abmessungen um 55 Prozent reduzierte BDP-S350 zahlreiche neue Features. Integriert sind 24p True Cinema, BonusView, BD-Live ready, Precision Cinema HD Upscale, Precision Drive HD und einen Quick Start Modus.

Der BDP-S350 verfügt über eine Netzwerk-Schnittstelle für das Bild-im-Bild-Feature BonusView zur simultanen Anzeige zweier Videos nach Profile 1.1. Zusätzlich ist der BDP-S350 bereits für das Profile 2.0 vorbereitet. Einfach über die Netzwerkschnittstelle mit dem Internet verbunden, lässt sich ein ab Oktober 2008 erhältliches Firmware-Update herunterladen.

Firmware-Update für BD-Live

Mit diesem Upgrade können BD-Live-Inhalte auf einem optionalen USB Flash-Speicher geladen und parallel zum Inhalt der Blu-ray Disc am Fernsehgerät abgespielt werden. Damit steht dem Nutzer ein reichhaltiges Angebot an zusätzlichem Content zur Verfügung: Über das Verfolgen von Blogs, der Teilnahme an Gewinnspielen und Online-Wettbewerben bis hin zum Anschauen von Film-Trailern oder additiven, nicht auf der Blu-ray Disc gespeicherten Informationen über den Film oder die Schauspieler ist alles einfach

und komfortabel zu erleben. High Definition Audio gibt der BDP-S350 verlustfrei via HDMI als Bitstream an einen kompatiblen AV Receiver weiter, um hochauflösten 7.1-Kanal-Sound in höchster Qualität zu genießen. Dolby TrueHD wird im Player decodiert und über HDMI als Linear PCM-Signal an einen Receiver weitergegeben.

Neue Upscaling-Funktion

Die Funktion Precision Cinema HD Upscale sorgt für ein deutlich verbessertes Upscaling von DVD-Inhalten in Standard Definition Auflösung. Die deutlichste Verbesserung zeigt sich bei der Bewegtbild-Darstellung, indem die oftmals auftretenden gezackten Ränder von Motiven eliminiert werden und damit für ein naturgetreues, geglättetes Bild gesorgt ist. Das neue Precision Drive HD Laufwerk des BDP-S350 sichert ein fehlerfreies Abspielen der eingelegten Blu-ray Disc, indem es die Rotation der eingelegten Scheibe analysiert und eine eventuelle Unwucht der Disc durch eine Korrektur in drei Bewegungsrichtungen ausgleicht.

Die Zeiten bis zum Booten des BDP-S350 sowie die Ladezeiten der Filme wurden im Vergleich zum Vorgängermodell drastisch reduziert. Nach dem Einschalten steht der Player in ca. 20 Sekunden bereit, im optional wählbaren Quick Start Modus braucht er sogar weniger als sechs Sekunden.

Soundkünstler BDP-S550

Der neue BDP-S550 bietet alle Funktionen des BDP-S350. Darüber hinaus ist die BD-Live- und BD-Java-Firmware im BDP-S550 bereits installiert und ermöglicht so den sofortigen Zugang zu Online-Services für ein interakti-



Sonys neue Blu-ray Player unterstützen AVCHD Discs mit x.v.Colour und zeigen den erweiterten Farbraum des Standards xvYCC. Darüber hinaus verarbeiten beide Modelle die Video-Formate BD-R/RE (BDMV und BDAV Modi), DVD+R/+RW, DVD-R/-RW, CD, CD-RW (CD-DA Format) sowie JPEG auf DVD und CD.



Beim BDP-S550 ist die BD-Live- und BD-Java-Firmware bereits installiert und ermöglicht den sofortigen Zugang zu Online-Services für ein interaktives Heimkino-Erlebnis. Precision Cinema HD Upscale sorgt für ein verbessertes Upscaling von DVD-Inhalten in Standard Definition Auflösung.

Komfortable Benutzeroberfläche

Beide neuen Player sind benutzerfreundlich gestaltet. Durch die preisgekrönte Xross Media Bar (XMB), die bereits in der PlayStation 3 und PlayStation Portable zum Einsatz kommt, ist der Umgang mit den Playern der neuen Generation noch intuitiver und komfortabler als bisher. Durch die BRAVIA Sync Technologie können via HDMI-Port mit der Fernbedienung neben den Blu-ray Disc-Playern auch weitere Komponenten des Sony Heimkinos

wie AV-Receiver oder LCD-TVs bedient und gesteuert werden. Für die optimale Darstellung von mit Sony Kameras aufgenommenen digitalen Fotos auf einem BRAVIA LCD-TV verfügen beide Modelle über die PhotoTV HD-Funktion. Beide Player unterstützen AVCHD Discs mit x.v.Colour und zeigen

so den erweiterten Farbraum des internationalen Standards xvYCC. Vielfältig sind auch die von den beiden Modellen unterstützten Video-Formate BD-R/RE (BDMV und BDAV Modi), DVD+R/+RW, DVD-R/-RW, CD, CD-RW (CD-DA Format) sowie JPEG auf DVD und CD.

www.sony.de

BD-Live-Funktion für Blu-ray-Software

BD-Live (auch Profil 2.0 genannt) ist ein neu entwickeltes Blu-ray Feature, das den Zugriff auf Inhalte über einen mit dem Internet verbundenen Blu-ray Player unterstützt. BD-Live ermöglicht das Herunterladen oder Freischalten aktueller Inhalte (Vorschauen, Klingeltöne, exklusive Spezialfeatures und Events) und bietet somit völlig neue Möglichkeiten, interaktive Inhalte zu erleben. Zusätzlich befinden sich die Disc und deren Inhalte immer auf dem aktuellen Stand. Noch bieten nicht alle erhältlichen Blu-ray Titel die BD-Live-Funktion an. Da BD-Live gerade erst eingeführt worden ist, wird sich die Anzahl der verfügbaren Titel, die dieses Feature unterstützen, im Laufe des Jahres vergrößern. Auf den Internetseiten der einzelnen Anbieter findet man aktuelle Informationen darüber, welche Titel BD-Live unterstützen.



Blu-ray Disc, die die BD-Live-Funktion unterstützt. Die Disc ist der Schlüssel zum Zugriff über BD-Live und die jeweiligen Online-Inhalte.



Mit einem BD-Live-fähigen Blu-ray Player erwirbt der Anwender ein zukunftsicheres Produkt. Durch den Internetanschluss kann die Software des Players jederzeit auf den neuesten Stand gebracht werden.

Die Voraussetzung für BD-Live ist eine Verbindung des Players zum Internet, wobei derzeit vier BD-Live-fähige Blu-ray Player in Deutschland erhältlich sind. Um auf einen BD-Live-kompatiblen Server zuzugreifen, benötigt man eine

Sony: Raumfüllender Klang aus winzigen Boxen

Bravia Theatre DAV-IS50

Mit den immer größer werdenden Displays verstärkt sich auch das Heimkinofeeling. Entsprechend steigen auch die Ansprüche an einen adäquaten Sound. Gleichzeitig aber sollen Surround-Systeme klein sein und mit möglichst wenig Kabeln auskommen. Mit der neuen DAV-IS50 erfüllt Sony beide Kundenwünsche.

Mit ihrem quadratischen, schwarz glänzenden Design, den unter der Oberfläche der Anlage verborgenen Bedienelementen und winzigen Lautsprechern bereicherte Sonys DAV-IS10 bereits im letzten Jahr den Markt der 5.1-Kanal Surround-Systeme. Mit der neuen DAV-IS50 bringen die Japaner jetzt das Nachfolgesystem heraus.

Komfortable Basiseinheit

Die mit einer Breite von 21 und einer Höhe von zehn Zentimetern sehr kompakte DAV-IS50 liefert mit insgesamt 450 Watt Leistung selbst in großen Räumen eine gute Performance und effektvollen Heimkino-Surround-Sound.

Die Basisstation der DAV-IS50 beinhaltet neben einem DVD/CD/MP3-Player mit Surround-Prozessor und einfach zu bestückendem CD-Slot auch einen RDS-Tuner für UKW und Mittelwelle. Gesteuert wird die Anlage entweder durch die unter der Oberfläche verborgenen berührungssensitiven Bedienelemente oder über die mitgelieferte Fernbedienung.

Rear-Lautsprecher ohne Kabel

Keine störenden Kabel verbinden die beiden rückwärtigen Lautsprecher mit der DAV-IS50. Die Sony S-Air Technologie sorgt für eine kabellose Übertragung des Sounds und garantiert Surround-Sound-



Das 5.1-Kanal DVD Heimkinosystem DAV-IS50 zeichnet sich vor allem durch sein Design und die in die Handfläche passenden Lautsprecher aus. Dank Sonys S-Air Technologie kommen die beiden rückwärtigen Mini-Speaker ohne Kabelverbindung zur Anlage aus.

Effekte frei von Verzerrungen oder Interferenzen. Die Installation und Kalibrierung geht dabei dank der Digital Cinema Auto Calibration Funktion schnell und einfach vonstatten. Innerhalb von nur 30 Sekunden werden die idealen Lautstärken, Verzögerungen und Frequenzen für die einzelnen Lautsprecher analysiert und das optimale Klangfeld berechnet. Durch das erweiterte Benutzer-Interface sind das Setup und die Einstellung einfach auf dem Bildschirm des angeschlossenen Fernsehers zu bedienen. Auch an Sport-Liebhaber hat Sony gedacht: Der Sport Modus verstärkt den Kommentatoren-Ton und konzentriert diesen auf den zentralen Front-Lautsprecher, während die vier Surround-Lautsprecher für die entsprechenden Stadion-Atmosphäre sorgen.

Damit die Bilder genauso überzeugend wirken wie der Sound, verfügt der integrierte DVD-Player über eine Upscaling-Funktion. Das Bild wird auf die HDTV-Auflösung 1.080p hochskaliert und liefert auf einem LCD-TV den perfekten Filmgenuss.

Eine Fernbedienung für alle Geräte

Auch die DAV-IS50 lässt sich mit Bravia Sync vollständig in das Sony Heimkino integrieren. Per einfachem Tastendruck auf die Fernbedienung des Heimkino-Systems lassen sich sowohl ein angeschlossener Bravia Fernseher als auch weitere angeschlossene Komponenten wie zum Beispiel DVD-Festplatten-Recorder

oder Blu-ray Player komfortabel bedienen.

Digital Media Port

Die Surround-Anlage ist aber auch für digitale Musik offen, denn die auf mobilen Geräten gespeicherte Musik lässt sich einfach auf die DAV-IS50 übertragen. Möglich wird dies durch den integrierten Digital Media Port. Mittels optional erhältlicher Adapter können hier verschiedene Geräte angebunden werden. Derzeit sind diese für Bluetooth, WiFi, Walkman, Sony Ericsson Mobiltelefone und iPod erhältlich. Für einen voluminösen Klang sorgt der Portable Audio Enhancer, der komprimierte Musikstücke wie im Original erklingen lässt. www.sony.de

7.1-Kanal AV-Receiver STR-DG820

Kompromisslos stark

Kompakte Surround-Systeme sind auf dem Vormarsch, doch liefern Einzelkomponenten nach wie vor den besseren Klang. Für Freunde großen Heimkinos bringt Sony jetzt einen leistungsstarken AV-Receiver zu einem attraktiven Preis-/Leistungsverhältnis auf den Markt.

Der STR-DG820 ist die ideale Ergänzung zu einem Sony Blu-ray Player, denn zum High Definition Bild von Blu-ray Discs gehört auch ein High Definition Ton. So decodiert der neue AV-Receiver die HD-Audioformate Dolby True HD und dts Master Audio. Liefert der angeschlossene Player (zum Beispiel die Playstation 3) das Tonsignal im Linear PCM Format, verarbeitet der Receiver auch Linear PCM Signale mit acht Kanälen.

Vier HDMI-Eingänge erlauben es dem Nutzer, weitere Zuspelgeräte wie HD-Camcorder oder Set-Top-

Boxen an den DG820 anzuschließen. Zur Ausgabe steht ein HDMI-Ausgang bereit. Dabei sind die HDMI-Schnittstellen des DG820 kompatibel zu allen Sony Features, die das Bild optimieren.

Dazu gehören neben der Full-HD True Cinema Vollbildwiedergabe mit 24 Bildern pro Sekunde (1.080p 24fps) auch die Features Deep Colour und x.v.Colour für volle, brillante und realitätsnahe Farbwiedergabe.

Automatische Feinjustierung

Zur Feinjustierung des AV-Receivers muss nur das mitgelieferte Mikrofon eingesteckt und ein Knopf gedrückt werden, alles



Der AV-Receiver besitzt vier HDMI-Ausgänge sowie einen HDMI-Eingang. Die Anschlussklemmen für die Lautsprecher sind groß dimensioniert und halten auch dickere Kabel.



Mit 7 x 100 Watt Leistung hat der STR-DG820 genügend Leistungsreserven. Er decodiert die HD-Audioformate Dolby True HD und dts Master Audio, Linear PCM sowie Dolby Digital.

Weitere erledigt die digitale Klangkalibrierung „Digital Cinema Auto Calibration“ (DCAC). Sie misst den Abstand zu den Lautsprechern sowie deren Größe und passt die Einstellungen des DG820 den Gegebenheiten an, so dass der Zuhörer ein bestmögliches Heimkino-Erlebnis genießen kann. Stellt er den Cinema Studio EX Modus ein, kann er sicher sein, dass der Kinosound aus seinen Lautsprechern klingt, wie ihn die Toningenieure des Sony Pictures Studios vorgesehen haben. Auch der STR-DG820 ist mit Bravia Sync-Funktion ausgestattet. So schaltet ein angeschlossenes Bravia LCD-TV beim Druck auf die Play-Taste automatisch auf den richtigen Eingang für den AV-Receiver um. Der Digital Media Port erlaubt die Anbindung mobiler Geräte über optionale Adapter.

Rolly – der tanzende MP3-Player

Der Rolly ist das neueste Kind aus der MP3-Familie von Sony und verfügt über zwei Servomotoren, die den Player tanzen lassen. So öffnen sich beispielsweise die Abdeckklappen über den seitlichen Lautsprechern, der Player bewegt sich vorwärts oder rückwärts oder beginnt sich zu drehen. Insgesamt stehen sechs Bewegungsmuster zur Verfügung, über die sich in der Summe ganze Choreografien verwirklichen lassen. Mit Hilfe der mitgelieferten Software können zusätzlich weitere Tanzschritte programmiert werden.



Wer es lieber etwas ruhiger mag, genießt den Rolly als Stand-Alone-Player. Integrierte Leuchtdioden sorgen dabei stets für die passende Stimmung. Der Rolly ist mit einem zwei GByte großen, internen Speicher ausgerüstet und bietet damit reichlich Platz auch für umfangreiche Musiksammlungen. Per Bluetooth lassen sich Dateien

direkt auf den MP3-Player laden, wobei das Gerät sowohl MP3- als auch AAC-Dateien verwalten kann. Der integrierte Akku liefert Strom für bis zu fünf Stunden Musikwiedergabe.

Soll sich der Rolly permanent bewegen, reicht der Akku immerhin für vier Stunden Spaß. Rolly ist 10,4 x 6,5 Zentimeter groß und wiegt 300 Gramm. Der Spaßplayer ist ab Oktober für 350,- Euro (unverbindliche Preisempfehlung) im Fachhandel erhältlich.



Sony: Design-Kameras für Individualisten

10 Megapixel und HD-Ausgang

Design spielt bei Digitalkameras eine immer größere Rolle. Sony bringt mit den neuen Cyber-shot Modellen DSC-T77 und DSC-T700 zwei Kameras mit 10-Megapixel-Auflösung. Die T77 ist die weltweit dünnste Digitalkamera mit einem vierfach optischen Zoom, und die T700 ist mit vier Gigabyte internem Speicher ausgestattet.

Die neuen Cyber-shot Kameras verbinden eine extrem dünne Bauform und ein attraktives Design mit Leistungsmerkmalen wie: 10,1 Megapixel, vierfach optischer Zoom, doppelter Verwacklungsschutz und diverse Technologien zur Bildoptimierung. Hierzu zählen unter anderem die automatische Gesichtserkennung, der integrierte Smile Shutter und die intelligente Szenenerkennung.

Vierfach optischer Zoom

Die nur 15 mm dünne T77 ist an ihrer dünnsten Stelle mit geschlossenem Objektivschutz sogar nur 13,9 mm stark. Der Kunde kann zwischen Schwarz, Silber, Pink, Grün und Braun wählen. Fast ebenso grazil wirkt die Cyber-shot T700 mit ihrem 16,4 mm dünnen Gehäuse. Sie ist in den Farben Anthrazit, Kirschrot, Pink, Silber und Champagner erhältlich. Trotz kompakter Bauform findet in beiden Modellen ein Carl Zeiss Vario Tessar-Objektiv mit vierfach optischem Zoom Platz, dessen Brennweite im Vergleich zum Kleinbildformat von 35 bis 140 mm reicht. Die Auflösung von jeweils 10,1 Megapixeln (effektiv) erlaubt Ver-

größerungen der gemachten Aufnahmen bis zum A3-Format. Das 7,5 cm (3,0 Zoll) große Clear Photo LCD Plus-Display der T77 lässt auch bei starkem Lichteinfall noch alle Details gut erkennen. Der bedienungsfreundliche „Xtra Fine“-Touchscreen der T700 ist mit 8,8 cm (3,5 Zoll) noch etwas größer.

Eingebauter Profifotograf

Dank verbesserter Gesichts- und Motiverkennung optimieren beide Cyber-shot Modelle alle Bilder automatisch bereits während der Aufnahme. Die Kameras erkennen bis zu acht verschiedene Szenen und passen ihre Belichtungseinstellungen den Anforderungen von beispielsweise einer Portrait-, Landschafts- oder Makroaufnahme an. Gleiches gilt für die automatische Gesichtserkennung, die zudem zwischen Kindern und Erwachsenen unterscheiden kann. Mit der Smile Shutter-Funktion „lesen“ die Kameras in menschlichen Gesichtern, erkennen, ob eine Person lächelt, und nehmen dann automatisch ein Bild auf. Zusätzlich verfügt die T77 über eine Anti-Blinzel-Automatik, die im



Portraitmodus zwei Aufnahmen kurz hintereinander durchführt und automatisch das Bild mit geöffneten Augen speichert.

Fotoalbum für die Hosentasche

Wer unterwegs seine Fotos Dritten auf dem Kameradisplay zeigen möchte, kann auf zahlreiche Editierfunktionen sowie Slide-Show- und Ton-Effekte samt Musikunterlegung zurückgreifen. Zusätzlich vereinfacht die Cyber-shot T700 die Verwaltung, das Auffinden und Anzeigen gespeicherter Aufnahmen mit einer Album-Funktion, die eine Sortierung nach Datum, Ereignis sowie Favoriten erlaubt und 16 verschiedene Hintergrundmotive bereitstellt.

Dies ist umso komfortabler, da die T700 einen vier Gigabyte großen, internen Speicher bietet. Diese Kapazität reicht für bis zu 24.000 Fotos in VGA-Auflösung (480 x 640 Pixel) oder 1.000 Bilder in 10-Megapixel-Auflösung aus. Aufgenommene Bilder bleiben durch einen einstellbaren Passwort-Schutz unberechtigten Nutzern verborgen.

Full-HD-Wiedergabe

Dank der Full-HD-Wiedergabe und des HD-Komponentenausgangs lassen sich alle Bilder auch in High Definition-Qualität an einem Full-HD- oder HD-ready-Fernseher betrachten.

Für die Diashow am PC oder Notebook ist die Kamera ebenfalls bestens ausgerüstet. Die im Lieferumfang enthaltene Version der Sony-Software Picture Motion Browser synchronisiert die in der Digitalkamera gespeicherten Fotos mit einem angeschlossenen PC. Um den Synchronisationsvorgang einzuleiten, genügt ein einziger Knopfdruck an der Kamera.

Die neuen Cyber-shot Modelle DSC-T77 und DSC-T700 sind eine Symbiose von Schönheit und Leistung. Die T77 ist die weltweit dünnste Digitalkamera, und die T700 bietet auf ihrem vier Gigabyte internen Speicher Platz für bis zu 1.000 Fotos in voller Auflösung.



Sonys neue Digitalkameras überzeugen durch ihr Design, ein hochwertiges Aluminiumgehäuse und fünf Trendfarben. Die T700 ist in Anthrazit, Kirschrot, Pink, Silber und Champagner erhältlich. Dieses Farbkonzept greifen auch die neuen Fototaschen LCS-THP aus Leder auf, die in sechs Trendfarben verfügbar sind.

Umfangreiches Zubehör inklusive

Im Lieferumfang beider Digitalkameras enthalten sind der Lithium-Ionen Akku NP-BD1, der Ladeadapter BC-CSD, ein USB/AV-Systemkabel, Handschlaufe, Eingabestift und ein umfangreiches Software-Paket. Für die Bildwiedergabe in High Definition ist optional die Cyber-shot Docking Station CSS-HD2 erhältlich, eine weitere HD-Option ist das VMC-MHC1-Kabel. Als optionales Zubehör ist außerdem ein Info-Lithium-Ersatzakku (NP-FD1) erhältlich. Für Individualisten sind die neuen Kamerataschen genau das richtige: Die hochwertige Ledertasche LCS-THP greift das Farbkonzept der Cyber-shot T-Serie auf und ist in sechs attraktiven Farben – Schwarz, Weiß, Pink, Grün, Rot und Braun – verfügbar. Das Lederetui LCJ-THD (Schwarz, Weiß, Braun und Pink) lässt sich farblich ebenfalls perfekt mit den neuen Digitalkameras kombinieren.

Die neuen Cybershot-Digitalkameras sind inklusive der Kamerataschen ab September erhältlich. Die DSC-T77 kostet 279,- Euro und die DSC-T700 ist für 379,- Euro erhältlich. Mit den neuen Cyber-shot Modellen hat Sony seine Idee von der Symbiose zwischen Schönheit und Leistung umgesetzt.

KERNARGUMENTE

- 10,1 Megapixel effektive Auflösung (1/2,3" CCD)
- Carl Zeiss Vario-Tessar Zoom-Objektiv
- 4x optisch/ 7,6x HD Smart Zoom (16:9-Modus)
- HD (High Definition) Ausgang zum Anschluss an ein HD-TV
- Smile Shutter. Löst bei lächelnden Motiven automatisch aus
- 4 GByte interner Speicher bei DSC-T700
- Kartenslot für Memory Stick Duo (PRO) bei DCS-T77
- Objektivdaten: 35 – 140 mm im Vergleich zu KB 35 mm, F/f: 1:3,5–4,6



Mit der DSC-T77 bringt Sony die weltweit dünnste Cyber-shot Digitalkamera mit doppeltem Verwacklungsschutz, 4fach Carl Zeiss Vario-Tessar Zoom-Objektiv und Gesichtserkennung für Aufnahmen auf höchstem Niveau auf den Markt. Die Gesichtserkennungstechnologie „Smile Shutter“ löst automatisch bei lächelnden Motiven aus.

Die DSC-T700 kombiniert edle Materialien und exzellentes Design mit einem 4 GByte großen, internen Speicher, doppeltem Verwacklungsschutz, Carl Zeiss Vario-Tessar Zoom-Objektiv und 3,5 Zoll „Xtra Fine“ Farb-LCD für Aufnahmen auf höchstem Niveau. Der Passwortschutz verhindert, das Unbefugte die gespeicherten Fotos ansehen können.

Im Oktober kommen in sieben Farben limitierte Sondermodelle des trendigen Bestsellers AKG K 518 DJ für Profi- und Hobby-DJs auf den Markt.



Der boomende Markt für portable Audio-Player, Musik-Handys und Handys mit Radio-Empfang wächst beständig. Ein Leben ohne die zeit- und ortsunabhängige Verfügbarkeit von Musik ist kaum noch vorstellbar. Die Möglichkeit, sich im öffentlichen Raum, bei längeren Bahn- und Flugreisen oder in Massenverkehrsmitteln durch Anhören seiner bevorzugten Musiktitel einen Teil der privaten Umgebung zu bewahren, macht Reise- und Wartezeiten erträglicher und ersetzt Stress durch Entspannung. Die Schnittstelle zwischen Audio-Gerät und Benutzer sind Kopfhörer und Ohrhörer. Ihre Eigenschaften bestimmen den Hörgenuss, und der lässt sich fast immer durch ein Hörer-Modell mit höherer Qualität verbessern. Für den Handel eröffnet sich ein nachhaltiger Massenmarkt, bei dem AKG mit seinen Produkten ein idealer Partner ist.

Das freut den Handel: AKG bringt 13 neue Modelle

Seit mehr als fünfzig Jahren sind Mikrofone, Tonabnehmer und Kopfhörer von AKG untrennbar mit der Geschichte der professionellen Studio-technik verbunden. AKG will jetzt mit einer noch nie gesehenen Vielzahl von Produkt-Innovationen den schnell wachsenden Markt der portablen Kopfhörer aufrollen. Zur IFA präsentiert AKG dreizehn In-Ear- und faltbare Mini-Kopfhörer, deren Innovationen sich von neuartigen Design-Konzepten wie Ohrhörern in Lanyard-Form, über Noise-Cancelling-Lösungen, In-Line-Mikrofone und ergonomisch optimierte Lautstärke-Regler, bis zur Erweiterung mit Bluetooth-Freisprech-einrichtung erstrecken.

IFA 2008: Starker AKG Auftritt mit umfangreicher, innovativer Produktpalette

Fünf halboffene In-Ear-Ohrhörer für portable Audio- und Video-Player

Die mit iPod, DVD-, CD- und MP3-Playern ausgelieferten Ohrhörer sind selten dazu geeignet, die volle verfügbare Klangqualität hörbar zu machen. Das ist nicht verwunderlich, denn individuelle Gehör-Eigenschaften, persönliches Empfinden und anatomische Unterschiede erschweren die Entwicklung eines für alle Anwender optimal klingenden und bequem zu tragenden Ohr- oder Kopfhörers. Es wäre unsinnig, die Geräte mit einem den Verkaufspreis erheblich erhöhenden Qualitäts-Hörer auszuliefern. Unter den neuen AKG In-Ear-Kopfhörern, die mit perfekter Passform für unterschiedlichste Ohrformen, präziser Klangwiedergabe und beeindruckenden Bässen neue Maßstäbe setzen, kann jeder „seinen“ optimalen Hörer finden. Das klare, schnörkellose Design orientiert sich an den Ansprüchen moderner, musikbegeisterter Anwender.

K 317

Für anspruchsvolle Vielreisende und designorientierte Ästheten

Der AKG K 317 ist der erste halboffene In-Ear-Kopfhörer im Lanyard-Design und wiegt nicht mehr als fünf Gramm. Seine satte Basswiedergabe nimmt es mit herkömmlichen und deutlich schwereren Kopfhörern auf. Der High-End In-Ear-Kopfhörer vereint nahezu professionelle Musikwiedergabe mit hohem Komfort und angenehmer Tragbarkeit. Mit 50 cm Aufrollkabel, Adapter von Mini- auf Stereoklinke und schützender Soft-Tasche ausgeliefert, ist er ein echtes „must have“ für Vielreisende, die bei Klangqualität und Komfort keine Kompromisse eingehen. Der AKG K 317 ist in der Trendfarbe Weiß ab Oktober zum UVP von 54,90 Euro erhältlich.

K 315

Optimierter Komfort für iPhone, iPod und andere portable Player

Der in den Farben „Brick Red“ oder „Pebble Black“ erhältliche halboffene AKG K 315 verfügt über einen in das Anschlusskabel integrierten Lautstärkeregler. Das optimiert erheblich den Bedienungskomfort. Der K 315 fasziniert in allen Frequenzbereichen durch seine von herkömmlichen Ohrhörern nicht erreichbare brillante Musikwie-

dergabe. Zusammen mit der zum Lieferumfang gehörenden Soft-Tasche ist der AKG K 315 ab Oktober zum UVP von EUR 19,99 erhältlich.

K 313

Voluminöse, facettenreiche Klangbilder durch 13-mm-Treiber

Der AKG K 313 ist die optimale Wahl für Liebhaber facettenreicher Klangbilder. Ermöglicht wird diese Charakteristik durch die 13 mm großen Treiber der in den modischen Farben „Grasshopper“ oder „Coral“ angebotenen halboffenen In-Ear-Kopfhörer. Die weichen Ohreinsätze sitzen geschmeidig und sehr bequem im Ohr. Weich ist auch die zum Lieferumfang gehörende Tasche. Der AKG K 313 ist ab Oktober zum UVP von 15,99 Euro zu haben.

K 311

Der „Bass-Meister“ – in drei Farben erhältlich

Der AKG K 311 ist bei jedem Lautstärkepegel Meister der Bässe. Klarer und voluminöser als das vom K 311 erzeugte Klangbild lässt sich Musik mit einem fünf Gramm leichten, halboffenen Ohrhörer nicht wiedergeben. Die realitätsgetreue Musikwiedergabe ist beeindruckend. Zur Auswahl steht er in den Farben „Milk“, „Plum“ oder „Lime“. Ausgeliefert wird der AKG K 311 ab Oktober in einer Softtasche zum UVP von 13,99 Euro.

K 309

Das Universalgenie

Der AKG K 309 nimmt endlos erscheinenden Flügen oder täglichen Pendelfahrten den Schrecken. Die elastischen, formbaren Ohreinsätze des halboffenen In-Ear-Kopfhörers eliminieren störende Außengeräusche, ohne den Träger akustisch von der Außenwelt zu isolieren. Mit vorbildlicher Linearität, hoher Dynamik und kristallklarer Wiedergabequalität verlockt der K 309 zum Abtauchen in entspannende Klangwelten. Der in den Farben „Cocoa Brown“ oder „Juicy Orange“ angebotene AKG K 309 ist ab Oktober zum UVP von 8,99 Euro verfügbar.

Vier neue In-Ear Kopfhörer mit geschlossener Kapsel

Basierend auf jahrelanger Erfahrung und Einsatz modernster Technologien

hebt AKG Acoustics Klangqualität und Design des Zubehörs für iPhone, iPod und ähnliche Audio-Player auf ein neues Niveau. Die neuen In-Ear Kopfhörer K 321, K 330, K 340 und K 370 zeichnen sich durch Linearität, hohe Dynamik, glasklare Höhen und ausgewogene tiefe Bässe aus. Neu entwickelte Gehäuse dämpfen von außen kommende Geräusche. Die Trendfarben Cloud White, Scarab oder Liquorice machen die In-Ears zum attraktiven Blickfang. Die UVPs der ab Oktober/November auf den Markt kommenden Modelle liegen zwischen 34,90 bis 99,99 Euro.

Die neuen In-Ear Kopfhörer K 321, K 330, K 340, K 370 zeichnen sich durch hohe Dynamik, glasklare Höhen und ausgewogene tiefe Bässe aus. Neu entwickelte Gehäuse dämpfen von außen kommende Geräusche. Erhältlich in den Trendfarben Cloud White, Scarab oder Liquorice.



Vier neue

On-Ear Mini-Kopfhörer mit „3D-Axis“ Faltsystem

Die Modelle K 420 / K 430 / K 450 / K 480 NC der auf der IFA 2008 erstmals vorgestellten Mini-Kopfhörer-Familie vereinen Tragekomfort und Klangqualität mit vielseitiger Funktionalität. Die On-Ear Bauweise prädestiniert die Leichtgewichte für Freizeitaktivitäten, bei denen geringes Hörer-Gewicht und maximale Bewegungsfreiheit gefordert wird. Drei Modelle sind mit einer zusätzlichen Sonderfunktion ausgestattet. Alle Hörer lassen sich dank des patentierten Faltsystems „3D-Axis“ leicht und platzsparend zusammenfalten.

K 420

Faltbares Klangwunder

Der in „Denim“-Design angebotene K 420 in halb-offener Bauweise ist mit dem neuen AKG-Kopfbügel ausgestattet, der sich mit Hilfe des 3-Wege-Faltsystems einfach und praktisch in der mitgelieferten Tasche unterbringen lässt. Entfaltet setzt der K 420 ein hochwertiges, verzerrungsfreies AKG-Klangspektrum frei und ist ab Oktober zum UVP von 49,99 Euro lieferbar.

K 430

Der „Cruiser“

Durch seine geschlossene Bauweise blendet der K 430 lästige Umgebungsgeräusche weitgehend aus. Beim Musikhören kann der Player im Ruck-

sack oder der Tasche bleiben, weil sich die Lautstärke des Hörers über einen in das Kabel integrierten Regler anpassen lässt. Zum Lieferumfang gehört ein Adapter für Mini- auf Stereo-Klinke für den Betrieb an der heimischen HiFi-Anlage. Der AKG K 430 ist ab dem 1. Oktober zum UVP von 69,99 Euro verfügbar.

K 450

Kabelgebundener Kopfhörer und kabelloses Headset

Der mit nahezu jedem tragbaren Musik-Player einsetzbare kabelgebundene On-Ear Kopfhörer K 450 lässt sich mittels optionalem Bluetooth-Adapter in ein kabelloses Headset für Mobiltelefone verwandeln. Nimmt man Anrufe entgegen, wird die Musik automatisch unterbrochen. Der zusammenfaltbare K 450 ist mit einer Tragetasche und einem Adapter für Mini-auf-Stereo-Klinke im „Navy“-Design ab 1. Oktober zum UVP von 99,99 Euro verfügbar.

K 480 NC

Das AKG Flaggschiff-Modell

Der in geschlossener Bauweise konstruierte AKG K 480 NC ist mit einer sensiblen aktiven Geräuschunterdrückung ausgestattet, die dafür sorgt, dass der Träger nur eines hört: Musik. Die aus weichem Kunstleder gefertigten Polster gewährleisten auch nach längerem Gebrauch optimalen Tragekomfort. Die Treiber mit 40 Millimeter Durchmesser sorgen für außergewöhnliche Klangeigenschaften: Der Frequenzbereich erstreckt sich bei 30 mW maximaler Eingangsleistung von 11 Hz bis 30,5 kHz. Auch der K 480 NC lässt sich mit dem optional erhältlichen Bluetooth-Adapter um die Funktionalität eines Head-Sets mit automatischer Musikabschaltung erweitern. Der AKG K 480 NC soll ab 1. November zum UVP von 49,99 Euro lieferbar sein.

www.harmankardon.com



Das Flaggschiff der AKG Ohrhörer-Palette, der in geschlossener Bauweise konstruierte AKG K 480 NC, ist mit einer sensiblen aktiven Geräuschunterdrückung ausgestattet.

SHARP

Schlanke Schönheit.



Der AQUOS LC-XL2E im eleganten Slim-Line-Design mit der Full-HD-1080p-Technologie sorgt für ein volles HDTV-Erlebnis, die innovative 100-Hz-Technologie gewährleistet gestochen scharfe Bilder ohne Nachzieheffekte und Bewegungsunschärfen. Die exzellente 24p-Vollbildwiedergabe in Originalkinoformat ermöglicht natürliche Bewegungsabläufe. www.sharp.de

100Hz
DOUBLE FRAME DRIVING

**FULL
HD 1080P**

AQUOS



Als großes Highlight enthüllt Sharp auf der IFA 2008 erste marktfähige Aquos LCD-TV-Modelle der zukünftigen „Ultra Slim Serie“.

Über den Zeitpunkt ihrer Markteinführung herrscht noch Verschwiegenheit. Auch Informationen über die technischen Daten und Ausstattungsmerkmale der „Ultra Slims“ fließen nur spärlich. Im September 2008 und den nachfolgenden Monaten kommen erst mal die kürzlich vorgestellten vier neuen Modelle der Full-HD Aquos LCD-TV-Serie

LC-D65E mit ihren herausragenden Eco-Eigenschaften auf den Markt und werden auf jeden Fall maßgeblich das Geschäft der nächsten Monate bestimmen. Die zukünftige „Ultra Slim Serie“ arbeitet mit LED-Backlights und wird deshalb mit den Verkaufspreisen in den obersten Preis-Bereichen angesiedelt sein. Das „Brot & Butter“-Geschäft entfällt deshalb unabhängig vom Marktstart der „Ultra Slims“ auf aktuelle und neu vorgestellte Aquos-Serien. Aber es ist schon erkennbar, dass durch den sich abzeichnenden Umstieg auf LED-Hintergrundbeleuchtung die Weichen bereits auf noch flachere und leichtere LCD-TVs gestellt sind.

Flach, flacher, „Ultra Slim“: Aquos LC-XS1E Reihe mit LED-Backlight

Auf der IFA 2008 wird Sharp laut Ankündigungen aus Unternehmenskreisen die ersten Modelle seiner zukünftigen Aquos „Ultra Slim“ LCD-TV-Familie präsentieren: Die zwei vorgestellten neuen Modelle mit Bildgrößen von 65 Zoll und 165 Zentimeter Bilddiagonale (LC-65XS1E) sowie 52 Zoll und 132 Zentimeter Bilddiagonale (LC-52XS1E) sollen laut unbestätigten Angaben am flachsten Teil des Gehäuses nur 1 Zoll Gehäusentiefe aufweisen, also 25,4 mm flach sein. An der dicksten Stelle des Displays soll das Tiefen-Maß 2 Zoll betragen. Beide Modelle der Aquos LC-XS1E Reihe werden mit Full-HD-Panels mit 1.080 x 1.920 Bildpunkten, LED Backlights und 100-Hz-Technik ausgestattet sein und ein dynamisches Kontrastverhältnis von 1.000.000:1 erreichen. Die LED Back-



lights arbeiten mit Active Backlight (Area) Technologie, auch „Local Dimming“ genannt. Dabei können verschiedene Abschnitte der Bildfläche gezielt unterschiedlich hell beleuchtet oder ganz abgedunkelt werden, z. B. bei dunklen oder schwarzen Partien der dargestellten Bilder. Die Technologie ermöglicht wesentlich höhere Kontrastverhältnisse, bessere Schwarzsättigung und verringert außerdem den Energiebedarf. Die Ultra Slim Aquos TVs der LC-XS1E Reihe stellen 150% des NTSC Farbspektrums dar. Das ist bei LCD-TV-Geräten ein sensationeller Wert. Die Reaktionszeit soll 4 ms betragen. Die Modelle der Aquos LC-XS1E Reihe arbeiten mit 12 Bit Videosignal-Verarbeitung und einem 1 Bit Sound System mit 2 x 7,5 Watt und 1 x 15 Watt (Subwoofer). Für den weichen Bewegungsablauf bei schnell bewegten Bildinhalten und der Wiedergabe von High Definition Kinofilmen sorgt eine „De-Judder“-Schaltung (SD und HD). Integriert ist ein HDTV-Tuner (DVB-S, DVB-S2, DVB-C). Der Energiebedarf liegt ersten Angaben nach im Betrieb bei 192 Watt

IFA 2008: Sharp macht schlank



ist das japanische Kameyama, wo Sharp nach modernsten Umweltstandards produziert. Die in Japan hergestellten Panels werden im spanischen Barcelona zu TV-Geräten komplettiert und von dort aus in den EG-Raum geliefert. Der Umweltgedanke findet sich neben den umweltverträglichen Produktionsbedingungen auch in der Technologie der Geräte wieder. Mit OPC Lichtsensor-Technologie wird die Helligkeit der Hintergrundbeleuchtung im Verhältnis zum Umgebungslicht optimiert

bei dem 52-Zoll-Modell und 280 Watt bei dem 65-Zoll-Modell.

Im Standby-Betrieb liegt die Energie-Aufnahme bei weniger als 1 Watt. Über geplante Verkaufspreise und Verfügbarkeitstermine liegen noch keine Angaben vor.

Aquos LCD-TV-Serien LC-XL8E und LC-RD8E

Mit den Aquos LCD-TV-Serien LC-XL8E und LC-RD8E führt Sharp zwei klavierlacksschwarze

Die 32- und 37-Zoll-Modelle der LC-XL8E-Serie haben volle HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten.



Der HD-ready LC-32RD8 mit 1.366 x 768 Bildpunkten ist nur mit 32-Zoll-Bilddiagonale lieferbar

Serien mit einer zukunftssicheren technischen Ausstattung und hochwertiger Verarbeitung auf dem Markt ein. Beide Modelle sind in der Bildgröße 32 Zoll (81 Zentimeter) verfügbar, der LC-XL8E ist auch in 37-Zoll-Bildgröße (94 Zentimeter) zu haben. Eine qualitativ hochwertige technische und zukunftssichere Ausstattung sind Eigenschaften, die beide neuen Aquos Serien erfüllen. Sowohl der LC-32RD8E als auch die zwei LC-XL8E Modelle sind mit 100-Hertz-Technologie aus-

gestattet und HDTV-bereit: Die 32- und 37-Zoll-Geräte der LC-XL8E-Serie verfügen über volle HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten. Der LC-32RD8 bietet mit 1.366 x 768 Bildpunkten HD-ready-Auflösung. Ein weiteres Kriterium, das die Kaufentscheidung zunehmend beeinflusst, sind die Umwelteigenschaften neuer elektronischer Geräte. Sharp berücksichtigt den Umweltgedanken bereits bei der Produktion. Der Herstellungsort der beiden neuen Serien

und Energie gespart. Der Eco-Mode regelt die Helligkeit der Hintergrundbeleuchtung bei Bedarf in zwei Stufen herunter. Dies hat einen geringeren Energieverbrauch zur Folge. Selbst das Innenleben der neuen Aquos LCD-TVs ist „grün“: Die verarbeiteten Materialien sind recyclebar. Innovative Technologien und nachhaltiger Schutz der Umwelt sind bei Sharp Produkten bereits heute Standard.

Die Anschlussmöglichkeiten sind umfassend: Neben drei HDMI-Eingängen bei den LC-XL8E-Modellen und zwei HDMI-Eingängen bei dem LC-32RD8E sorgen bei allen Modellen jeweils zwei Eurocart-Steckplätze für den Anschluss von Zupielern und Peripheriegeräten. Außerdem stehen ein Antennenanschluss, S-Video, Video (Cinch)-Anschluss und eine 3,5-mm-Minibuchse für Kopfhörer zur Verfügung. Der LC-32XL8E und der LC-37XL8E sind aktuell erhältlich. Der 32-Zöller ist zum UVP von 1.299 Euro, das größere Schwestermodell zum UVP von 1.599 Euro lieferbar. Der UVP des LC-32RD8E liegt bei 899 Euro.

IFA 2008: Sharp macht grün

Sharp setzt mit seiner Unternehmensstrategie auf Nachhaltigkeit in Produktion, Material und Technologie. Dies wird auch im Konzept der neuesten Aquos LCD-TV-Serie sichtbar: Der energiesparende Eco Mode steuert die Hintergrundbeleuchtung mit optischer Helligkeitsanpassung und dimmt diese, je nach Umgebungslicht, um minus 20 oder 30 Prozent herunter. Die Standby-Verbrauchswerte liegen deutlich unter einem Watt, der Stromverbrauch des 32-Zoll-Gerätes im Betrieb beträgt im Jahres-Mittel 129 Watt. „Der Anspruch der Verbraucher an neue technische Geräte ändert sich. Neben hochwertigem Design und umfangreicher technischer Ausstattung stehen heute besonders Umwelteigenschaften im Fokus“, erläutert Thies Radeloff, Produktmanager LCD-TV bei Sharp Electronics Germany/Austria.



Schwarze Schale, grüner Kern: Full-HD LCD-TV-Serie LC-D65E

Der LCD-Pionier Sharp präsentiert seine neue Full-HD LCD-TV-Serie LC-D65E mit herausragenden Eco-Eigenschaften. Die in Klavierlackfarben gestalteten Fernsehgeräte werden im 16:9-Breitbildformat mit Bild diagonalen von 32, 37, 46 und 52 Zoll angeboten, (81, 94, 117 und 132 cm) und sind mit Full-HD-Panels in 1.080p-Auflösung bestückt. Alle vier Modelle der LC-D65E-Serie verfügen über Full-HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Bildpunkten und können High Definition Kinofilme mit der originären 24p-Bildwechselfrequenz ohne jedes Bildruckeln (Judder) wiedergeben. Das dynamische Kontrastverhältnis beträgt 10.000:1, die Reaktionszeit liegt bei sechs Millisekunden. Der Helligkeitswert des reflexionsarmen ASV-Panels erreicht bis zu 450 Candela pro Quadratmeter. Auch bei hellem Umgebungslicht werden gestochen scharfe und farbstarke Bildinhalte ohne Bewegungsunschärfe generiert. Die intuitive, in 23 Sprachen wählbare Benutzeroberfläche über das Bildschirm-Menü macht eine Bedienungsanleitung nahezu

überflüssig. Sämtliche Einstellungen können schnell und ohne langwierige Prozeduren und Dialoge vorgenommen werden. Dank der effektiven Quick-Start-Funktion ist ein LC-D65E TV-Gerät innerhalb von nur fünf Sekunden nach dem Einschalten betriebsbereit.

Sehr umfangreich und universell sind die Anschlussmöglichkeiten der Sharp LC-D65-Serie. Drei HDMI-Schnittstellen der Version 1.3 und zwei Scart-Eingänge stehen für den Anschluss normal- und hochauflösender Zuspielderäte und Programmquellen bereit. Über einen USB-IN-Port lassen sich Fotos, MP3-Musik und selbstaufgenommene Videos problemlos und komfortabel auf dem Fernseher abspielen. Alle Anschlüsse sind seitlich so positioniert, dass weitere Geräte wie Digitalkameras, Spielekonsolen oder Soundanlagen jederzeit und ohne das Gerät drehen zu müssen angeschlossen werden können.

Für ein optimales, den Bildeigenschaften ebenbürtiges Klangerlebnis sorgen zwei in den unteren Teil des Display-Rahmens integrierte 10-Watt-Boxen mit Virtual Surround-Sound. Bei lauten Film- oder Werbungs-Passagen reguliert die automatische Lautstärke-regelung auf das vom Anwender ursprünglich gewählte Volumen zurück. Digitale Verstärker und Clear-Voice-Technologie optimieren die Klangeigenschaften der neuen Aquos Modelle. Der LC-32D65E und der LC-37D65E sollen laut Aussage von Sharp im September 2008 auf den Markt kommen. Die beiden größeren Modelle sollen ab November 2008 erhältlich sein. Die unverbindlichen Preisempfehlungen liegen bei 899 Euro für das 32-Zoll-Gerät und 1.099 Euro für das 37-Zoll-Gerät. Für das 46-Zoll beträgt der UVP 1.599 Euro und 2.299 Euro für das größte Modell mit 52-Zoll-Bildschirmdiagonale.

Sharp Geschäftsführer Frank Bolten begrüßt Entwicklung bei HDTV

Die rasche Einführung von HDTV war Anfang dieses Jahres noch ein Diskussionsthema zwischen der Industrie und den deutschen

Rundfunkanstalten. Mit der neuen HDTV-Roadmap der öffentlich-rechtlichen TV-Anstalten ist ein hoffnungsvoller Durchbruch gelungen. Konkrete Aussagen über die Einführungsstermine der hochauflösten Fernsehbilder geben Elektronikkonzernen und Konsumenten jetzt Planungssicherheit. Der japanische LCD-Pionier Sharp, von Beginn an Befürworter der schnellen Umsetzung von HDTV, begrüßt die aktuellen Entwicklungen im deutschsprachigen TV-Sektor. Die öffentlich-rechtlichen Fernsehanstalten haben einen bis 2010 reichenden strukturierten Maßnahmenplan vorgelegt. Die Roadmap verspricht Showcases zu strategisch wichtigen Terminen wie anlässlich der IFA oder in der Weihnachtssaison. Der deutsch-französische Partnerkanal ARTE und der Österreichische Rundfunk sind sogar bereits in diesem Jahr mit HDTV „on Air“ gegangen.

Mittelfristig erfolgt für mindestens zehn Jahre eine Ausstrahlung im Simulcast-Verfahren. Danach wird die SD-Übertragung abgeschaltet und 100 Prozent natives HDTV gesendet. Sharp zeigt sich als einer der intensivsten Treiber für HDTV über die getroffenen Entscheidungen erfreut: „Die prognostizierte Entwicklung der LCD-TV-Verkäufe bis Ende des Jahres stimmt uns zuversichtlich: Im Dezember 2008 sollen 34 Prozent der deutschen Haushalte mit flachen HD-ready-Geräten ausgestattet sein. Das sind 11,2 Millionen hochauflösende Fernseher“, so Frank Bolten, Geschäftsführer von Sharp Electronics Germany/Austria. Die steigende Ausstattung deutscher Haushalte mit HD-Geräten zeigt, dass sich die Verbraucher



Die Modelle der LC-D65E-Serie verfügen über 1.920 x 1.080 Full-HD-Auflösung und spielen High Definition Kinofilme mit der originären 24p-Bildwechselfrequenz ab.

auf HDTV einstellen. Es muss aber noch Aufklärungsarbeit stattfinden. Sharp unterstützt bei dieser Aufgabe vor allem seine Händler. Auf den deutschsprachigen Internet-Plattformen www.sharp.de und www.sharp.at unterhält Sharp eine aktive Endkundeninformation zum Thema HDTV.

Mehrwert durch Service



Frank Bolten, Geschäftsführer Sharp Electronics Germany/Austria GmbH

„Der Wechsel Sharps vom Anbieter im Volumensegment hin zum Anbieter qualitativ hochwertiger LCD-TV's geht, wie wir gesehen haben, mit der zunehmend sehr hohen Qualität unserer Produkte einher. Sharp ist jedoch von jeher der festen Überzeugung, dass hochwertige Produkte nicht für sich alleine stehen, sondern zugleich auch einen außerordentlich hohen Service-Anspruch erfüllen müssen.

Sharp versteht Service in zweierlei Hinsicht:

1. Service für den Kunden, 2. Service für den Händler.

Für uns ist wichtig: Der Händler benötigt unsere Unterstützung hinsichtlich Service-Leistungen, die er ohne großen Aufwand als Mehrwert an seine Kunden weitergeben kann. Dennoch sehen wir, der Hersteller, uns gegenüber dem Händler auch als Dienstleister und vermitteln ihm mit Schulungsmaßnahmen, die auch produktunabhängig wirksam sind, die Möglichkeit, sich mit wertvollem Fachwissen bei seinen Kunden als Partner zu positionieren und zu profilieren.“



SAT



Kathrein-Seminare im zweiten Halbjahr 2008

Neue Technologien und Innovationen im Receiver-Bereich machen es notwendig, ständig auf dem laufenden zu sein. Deshalb wurde das Aktiv-Seminar „Fit für die Zukunft?“ neu in das Seminar-Programm aufgenommen. HDTV, HDMI, Heimnetzwerk – welche Neuheiten sind wichtig, wel-



che Zukunftstrends zeichnen sich ab? Antworten auf diese Fragen bieten die neuen Aktiv-Seminare von Kathrein im Schulungszentrum in Rosenheim. Informationen über das aktuelle Seminarprogramm des zweiten Halbjahres 2008 gibt es in allen Kathrein-Vertriebszentren sowie im Kathrein-Schulungszentrum in Rosenheim und im Internet.

www.kathrein.de

NanoXX 9500HD jetzt auch als Kabelbox

Der NanoXX 9500HD-C ist die Kabelversion des Sat-Receiver 9500HD. Über die eingebaute USB-2.0-Schnittstelle können mittels der integrierten PVR-Funktion bis zu zwei digitale Videoaufnahmen gleichzeitig auf

externe USB-Festplatten gespeichert werden. Zusätzlich verfügt die Box über einen HDMI-Ausgang inklusive Upscaler. Damit werden auch die bisher üblichen MPEG2-SDTV-Programme in guter Qualität auf LCD-



Fernsehgeräten dargestellt. Zusätzlich verfügt der Receiver über zwei Scart-Anschlüsse, eine S-Video-Schnittstelle sowie einen YPbPr-Ausgang. Darüber hinaus ist das Gerät mit zwei CI-Slots ausgestattet und verfügt über einen Kartenleser für die Verschlüsselungssysteme Conax, X-Crypt, DG-Crypt, Firecrypt und Crypton.

www.matrixsystems.net

SAT-Receiver von Hirschmann

Der HDTV-SAT-Receiver Hirschmann S-HD 910 ist für die Satelliten Astra und Hot Bird vorprogrammiert. Das Gerät besitzt 5.000 Programmspeicherplätze. Moderne Ein-Chip-Technologie ermöglicht ein nahezu unterbrechungsfreies Umschalten von einem Programm auf das andere. Um die bevorzugten Programme schnell zu finden,

können diese in bis zu fünf Favoritenlisten eingepflegt werden. Über eine Kindersicherung lässt sich jedes Programm sperren. Der Receiver besitzt zwei Scart-Buchsen sowie einen S-VHS-Ausgang und einen YUV-Komponentenausgang. Der Ton kann entweder über zwei Cinch-Buchsen, einen optischen- oder coaxialen Digitalausgang zu einer HiFi-Anlage weitergeleitet werden. Für den Anschluss von Datengeräten steht eine RS-232-Schnittstelle zur Verfügung.

www.hirschmann.de

Erster HD-SAT-Receiver von Trekstor

TrekStor präsentiert auf der diesjährigen IFA in Berlin den neuen Satellitenempfänger SatCorder neptune Full-HD 1080i. Das Gerät ist für den

Empfang des hochauflösenden HDTV- und Standardfernsehens ausgelegt. Es lässt sich ein beliebig großes Filmarchiv aufbauen, indem man verschiedene Datenspeicher wie Festplatten oder USB-Sticks an der USB



2.0-Schnittstelle des Receivers anschließt. Somit ist es möglich, ein Programm über den Satellitenreceiver aufzunehmen, während gleichzeitig eine gespeicherte Aufnahme angeschaut wird. Fotoalben lassen sich im JPEG-Format betrachten.

Der SatCorder neptune Full-HD 1080i spielt die Video-Standards MPEG-2 (TRP, DVD-IFO) und MPEG-4 (AVC, H.264, XviD) sowie die Audioformate Dolby Digital und MP3 ab.

www.trekstor.de

Positive Marktentwicklung

Der Markt für Satellitenempfang und Komponenten für Kabelnetze entwickelt sich auch im Jahr 2008 auf konstant hohem Niveau. „Für das zweite

Halbjahr 2008 sehen die im Fachverband Satellit & Kabel im ZVEI vertretenen Firmen einen stabilen Geschäftsverlauf. Dabei sind die fortschreitende Digitalisierung der Übertragungswege und der Ausbau der Kabelnetze für Triple Play-Angebote für das Marktwachstum maßgeblich. Das Potential für Internetzugänge über TV-Kabel schätzt die Branche auf zirka vier Millionen Haushalte in den nächsten zwei bis drei Jahren“, erläutert Herbert Strobel, Geschäftsführer der Astro Strobel Kommunikationssysteme GmbH und Vorsitzender des Fachverbands Satellit & Kabel. Beim Satellitenempfang geht der Trend zu PVR und HDTV-Receivern. Insgesamt rechnen die Marktforscher der Branche mit mehr als 500.000 verkauften HDTV-Boxen (Quelle: GfK/gfu) für das Gesamtjahr (Kabel 110.000, Satellit 400.000 Stück). Insgesamt werden mehr als 2,3 Millionen digitale Satellitenreceiver und rund 0,5 Millionen digitale Kabelreceiver für 2008 prognostiziert (inklusive HDTV-Boxen). Nachdem der Ausbau für das terrestrische digitale Fernsehen DVB-T so gut wie abgeschlossen ist, bewegen sich die Verkäufe für DVB-T-Boxen auf sehr niedrigem Niveau.

Internet-Verbindungen über Astra 5A

Astra hat vier Transponder auf seiner neuen Orbitalposition 31,5 Grad Ost an den Satelliten-Service-Provider SatGate vermietet. SatGate nutzt diese Kapazitäten für die Bereitstellung von Breitband- und Internetdiensten an Haushalte und Endkunden in Ost- und Mitteleuropa. Ein Teil der Kapazität wird von Internet-Service-Providern genutzt.

www.astra.de

Strong: Neue Receiver für DVB-S Für HDTV gerüstet

Auf der IFA 2008 konzentriert sich Strong auf die neuen High-End-Systeme für den digitalen TV-Empfang via Satellit und terrestrischer Antenne. Dabei wird das Unternehmen neben den bekannten Produkten allein drei verschiedene High Definition-Receiver sowie weitere DVB-S-Neuheiten ausstellen.

Mit zwei neuen HD-Receiver für den Empfang über terrestrische Antenne beziehungsweise als Hybridsystem für Satellit und/oder Terrestrik adressiert Strong Deutschland zur IFA besonders die Handelspartner und Haushalte, die in grenznaher Lage zum europäischen Ausland entsprechende Programme empfangen können.

Mit dem SRT 8345 CI steht ein HD-Receiver

zur Verfügung, der sowohl die HD-Signale via DVB-S als auch DVB-T empfangen kann. Damit eignet er sich besonders für grenznah gelegene Haushalte: terrestrischen HDTV-Empfang aus dem benachbarten Ausland, Satelliten-HD-Empfang deutscher und internationaler Programme. Der Receiver ist dank zweier CI-Schnittstellen mit den populärsten Common Access



Andreas König: „Auf der IFA 2008 zeigen wir unser neues HD-Programm für das Jahresendgeschäft 2008.“



Der SRT 8345 CI von Strong ist einer der ersten Hybrid-Receiver für den HDTV-Empfang und ist mit einem DVB-S und DVB-T-Tuner ausgestattet. Zwei CI-Schnittstellen nehmen alle gängigen Common Access Module für den Empfang von Pay-TV-Programmen auf.

Der SRT 7335 CI HD Receiver ist ebenfalls mit zwei CI-Schnittstellen ausgerüstet, die zum Beispiel Module von CryptoWorks, Conax, Viaccess oder Irdeto aufnehmen. HDMI-Schnittstelle sowie die Option zum Aufzeichnen auf einer externen Festplatte vervollständigen die Ausstattung.

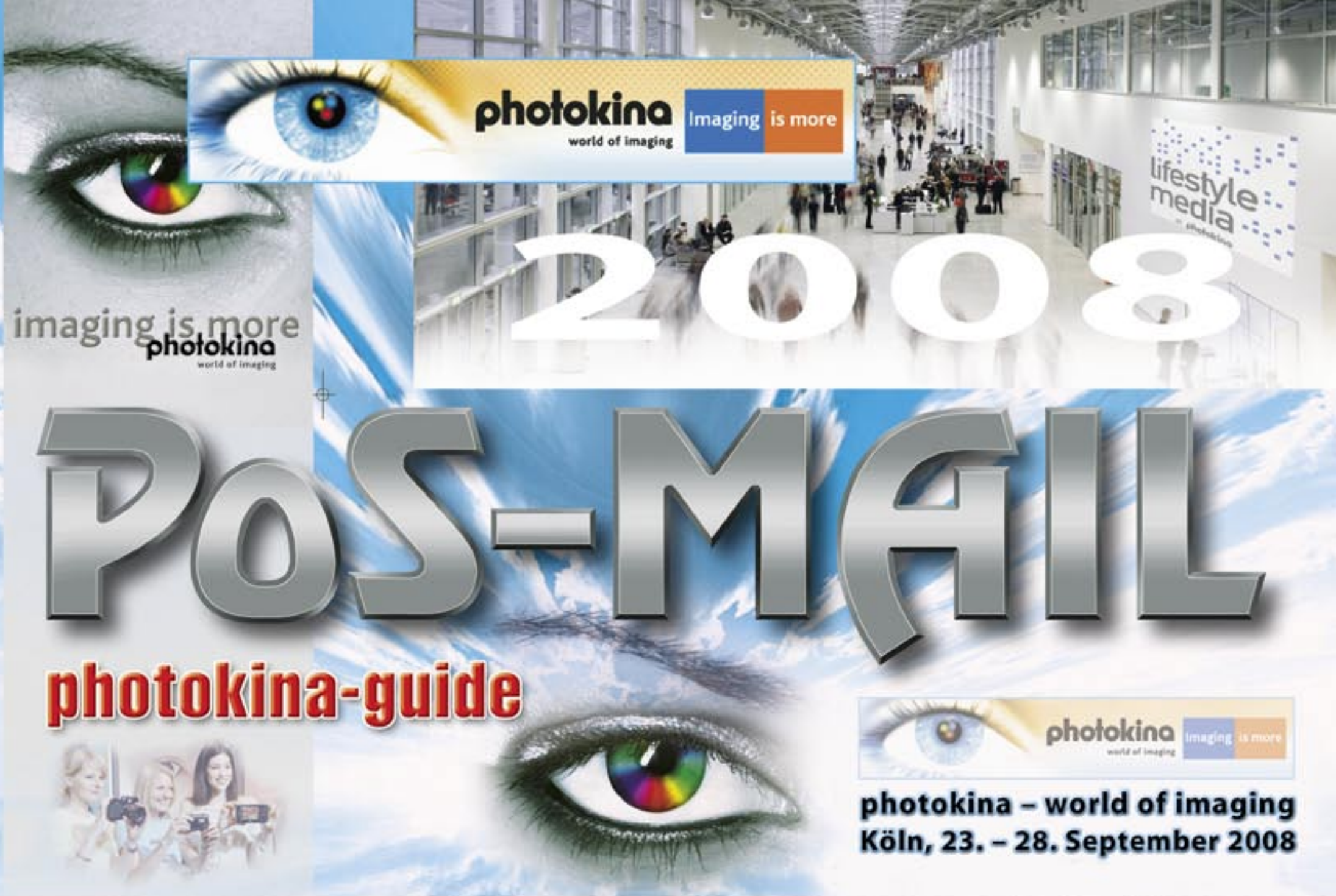
Modulen für den Empfang von Pay-TV-Programmen wie CryptoWorks, Conax, Viaccess, Irdeto und anderen kompatibel. Der SRT 8345 CI verfügt über eine Vielzahl an Videoausgängen wie HDMI, Component (YPbPr) und A/V RCA, einen USB-Anschluss für externe Speichermedien, einen optischen sowie einen coaxialen Ausgang (S/PDIF) für digitalen Sound in DVD-Qualität und gibt Bilder über HDMI in 1.080i wieder. Weitere Ausstattungsmerkmale sind 5.000 Programmspeicherplätze, LE-Display, umfassende



Favoritenlisten, Teletext über Receiver, Software Update über USB oder Satellit und Kindersicherung mit Alterskontrolle. „Unsere gute Produkt-Performance sowie unsere Kundengespräche im Messevorfeld lassen uns sehr zuversichtlich nach Berlin reisen. Wir sind sicher,

dass wir auf der IFA 2008 einen wichtigen Grundstein für ein erfolgreiches Geschäft im 4. Quartal legen können und freuen uns auf konstruktive und effektive Messeggespräche“, ist Strong Deutschland Geschäftsführer Andreas König sicher.

www.strong.tv



Zirka 1.600 Anbieter aus rund 50 Ländern...

...haben ihr Erscheinen auf der photokina – world of imaging angekündigt. Sie werden vom 23. bis 28. September in den Kölner Messehallen nicht nur neue Produkte und Dienstleistungen zeigen, sondern Lösungen für die immer komplexer werdenden Bilderwelten anbieten.

Eine zentrale Rolle wird dabei das Thema Vernetzung und die sich daraus ergebenden Möglichkeiten für den Handel spielen. Hier geht es beispielsweise um die Inhouse-Vernetzung, also die Einbeziehung von Imaging-Produkten in die Multimedia- und Entertainmentwelt in den eigenen vier Wänden, als auch um die weltweite Vernetzung der Imaging-Community über das Internet. Gut 100 neue Aussteller werden in Köln vertreten sein.

Eine Reihe großer Hersteller, darunter Sony, Panasonic, Samsung und Canon, haben sich zur Vergrößerung ihrer Standflächen entschlossen. Mit Microsoft kehrt darüber hinaus ein Global Player zur Weltmesse des Imaging zurück, der vor vier Jahren schon einmal zur Riege der Aussteller gehört hatte.

Das erfolgreiche Konzept der 2006er-Veranstaltung, den Imaging-Workflow auf die Hallenstruktur zu übertragen, wird auch in diesem Jahr wieder umgesetzt.

Um den Messebesuch zu optimieren, gibt es aber in diesem Jahr statt der bisherigen fünf nur vier Angebotsbereiche

(Bildaufnahme, Bildbearbeitung, Bildspeicherung und Bildausgabe), die den gesamten Imaging-Workflow in den Hallen abbilden. Die Angebotspalette der Zubehörartikel ist den jeweiligen Angebotsbereichen des Imaging-Workflow angegliedert.

Ein buntes Rahmenprogramm rundet die Messe wie immer ab. Top-Ereignis ist hier sicherlich das Internationale Business-Forum „Memories on demand“, in dem internationale Spitzenmanager die Auswirkungen der digitalen Bildtechnologie auf den Lifestyle des Konsumenten darstellen und neue Geschäftsmodelle erläutern.



Bildaufnahme, Bildspeicherung

Kameras/Camcorder

BHS Binkert GmbH

Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
Casio Europe GmbH
DGH Grosshandel
Kodak/Eastman Kodak Company
Franke & Heidecke GmbH
Fujifilm Electronic Imaging Europe
General Imaging Europe Ltd.
Hasselblad A/S
Jenoptik Laser, Optik, Systeme GmbH
Leica Camera AG
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Maco Photo Products
Mamiya Digital Imaging Co. Ltd.
Minox GmbH
Nikon Corporation
Olympus Deutschland GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
Pentacore GmbH
Pentax Europe GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
„Rollei“ RCP Technik GmbH & Co. KG
Ricoh International B.V.
Samsung Electronics GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Sony Deutschland GmbH
Supra Foto Elektronik Vertriebs GmbH
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG
Voigtländer
Carl Zeiss

Home/Mobile Electronics

BHS Binkert GmbH

Dexx IT GmbH & Co. KG
DGH Grosshandel
Hama GmbH & Co. KG
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Plus X Award - Hall of Fame
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG

Objektive/Filter/Kamerazubehör

Ansmann AG

B.I.G. Brenner Import- und Großhandels GmbH
Berlebach Stativtechnik
BHS Binkert GmbH
Bogen Imaging
Braun Photo Technik GmbH
Canon Europa N.V.
Casio Europe GmbH
CF Photo+Video Technik GmbH
Crumpler Serious GmbH
Cullmann Foto*Audio*Video GmbH
dextrIT GmbH & Co. KG
DGH Grosshandel
Dörr GmbH
Kodak/Eastman Kodak Company
Erno Warenvertriebs GmbH
ewa-marine GmbH
Franke & Heidecke GmbH
Gitzo
Gossen Foto- u. Lichtmesstechnik GmbH
GP Battery Marketing (Germany) GmbH
Hama GmbH & Co. KG
HaPa-Team Handelsges. mbH
Hasselblad A/S
Heliopan Lichtfilter-Technik
Summer GmbH & Co. KG
Hensel Studiotechnik GmbH & Co. KG
Jobo AG
Jos. Schneider Opt. Werke GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Kata
Kürbi-Otto Tönnies GmbH
Leica Camera AG
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Lino Manfrotto
Linus Photonics GmbH & Co. KG
Lowepro/Day/Men GmbH & Co. KG
Mamiya Digital Imaging Co. Ltd.
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Minox GmbH
National Geographic
Nikon Corporation
Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Olympus Deutschland GmbH

Panasonic Marketing Europe GmbH
Pentax Europe GmbH
Photo Star GmbH
plawa-feinwerktechnik GmbH & Co. KG
S. u. M. Rehberg GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Sigma (Deutschland) GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH
Tamron Europe GmbH
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG
Technotrade Import-Export GmbH
texcus Europe GmbH
Tiffen Europe Ltd.
Vanguard
Voigtländer
Foto Walser GmbH & Co. KG
Carl Zeiss

Lichttechnik/Lichtquellen/Beleuchtung

Ansmann AG

BHS Binkert GmbH

B.I.G. Brenner Import- und Großhandels GmbH
bron imaging GmbH
California Sunbounce
CF Photo+Video Technik GmbH
Cullmann Foto*Audio*Video GmbH
dextrIT GmbH & Co. KG
DGH Grosshandel
Kodak/Eastman Kodak Company
GP Battery Marketing (Germany) GmbH
Hedler Systemlicht GmbH
Hensel Studiotechnik GmbH & Co. KG
Just Normlicht GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Kürbi-Otto Tönnies GmbH
Metz-Werke GmbH & Co. KG
Multiblitz
Novoflex Präzisionstechnik
plawa-feinwerktechnik GmbH & Co. KG
reflecta gmbh
Sinar Deutschland

Soligor GmbH
Foto Walser GmbH & Co. KG

Fotostudio-Ausstattung

B.I.G. Brenner Import- und Großhandels GmbH
bron imaging GmbH
CF Photo+Video Technik GmbH
dextrIT GmbH & Co. KG
Dörr GmbH
Hama GmbH & Co. KG
HaPa-Team Handelsges. mbH
Hedler Systemlicht GmbH
Hensel Studiotechnik GmbH & Co. KG
Jobo AG
Just Normlicht GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Lastolite
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Multiblitz
Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Silverlab Solutions GmbH
Sinar Deutschland GmbH
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG
Tetenal AG & Co. KG
Wacom Europe GmbH
Foto Walser GmbH & Co. KG

Digital Imaging/Publishing

BHS Binkert GmbH

Braun Photo Technik GmbH
Cruse GmbH
dextrIT GmbH & Co. KG
di-support GmbH
DGH Grosshandel
Dörr GmbH
Kodak/Eastman Kodak Company
Foto Quelle GmbH & Co. OHG
Fotofix Schnellautomaten GmbH
Hahnemühle Fine Art GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Hostert Pro GmbH
Jobo AG
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG

Mitsubishi Electric Europe B.V.
Nik Software GmbH
Olympus Deutschland GmbH
Pentacore GmbH
R. Rauch GmbH
reflecta GmbH
S. u. M. Rehberg GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Silverlab Solutions GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH
Tetenal AG & Co. KG
Tiffen Europe Ltd.
Wacom Europe GmbH

Bild- u. Datenträger

B.I.G. Brenner Import- und Großhandels GmbH
BHS Binkert GmbH
Braun Photo Technik GmbH
dextrIT GmbH & Co. KG
DGH Grosshandel
Dörr GmbH
Kodak/Eastman Kodak Company
General Imaging Europe Ltd.
Glyn GmbH & Co. KG
Hama GmbH & Co. KG
Jobo AG
Maco Photo Products
Olympus Deutschland GmbH
Photo Star GmbH
Plus X Award - Hall of Fame
SanDisk Corporation
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG
Verbatim GmbH
Voigtländer

Zusatzsortiment

Fujifilm Europe GmbH
Steiner Optik GmbH
Swarovski Optik Vertriebs GmbH

Bildbearbeitung, Bildausgabe

Hard- u. Software

BHS Binkert GmbH

dextrIT GmbH & Co. KG
di support GmbH
Fotoware Germany GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Hewlett-Packard Company
Ilford Imaging Switzerland GmbH
IP Labs GmbH
Le Bon Image
Microsoft Corporation
Plus X Award - Hall of Fame
Silverlab Solutions GmbH
Wacom Europe GmbH

Publishing Systeme: Layout - Grafik - Multimedia

Adobe Systems GmbH
BHS Binkert GmbH
FotoWare Germany GmbH
Infowerk AG
Nik Software GmbH
Olympus Imaging Deutschland GmbH

Video- u. Filmtechnik

Adobe Systems GmbH
BHS Binkert GmbH
dextrIT GmbH & Co. KG
Hama GmbH & Co. KG
Technaxx Deutschland GmbH & Co. KG
Wacom Europe GmbH

Geräte/Systeme für Fotofinishing

BHS Binkert GmbH
di support GmbH

Foto Quelle GmbH & Co. OHG

Kodak/Eastman Kodak Company
Epson Deutschland GmbH
Fotofix Schnellautomaten GmbH
Fujifilm Europe GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Hewlett-Packard Company
Hostert Pro GmbH
Jobo AG
Jos. Schneider Opt. Werke GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Kienzle Phototechnik
Le Bon Image
Maco Photo Products
Mitsubishi Electric Europe B.V.
Noritsu Koki Co. Ltd.
Foto + Minilabsysteme R. Saal GmbH
Silverlab Solutions GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH
Tetenal AG & Co. KG

Publishing Systeme: PrePress und Produktion

Adobe Systems GmbH
BHS Binkert GmbH
di-support GmbH
FotoWare Germany GmbH
Gossen Foto- u. Lichtmesstechnik GmbH
Hewlett-Packard Company
Jobo AG
Just Normlicht GmbH
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH
Silverlab Solutions GmbH

Foto-Fun-Artikel

Adobe Systems GmbH
Artido! Seidenweberei L. Glüsken GmbH

& Co. KG
Aulfes GmbH
BHS Binkert GmbH
B.I.G. Brenner Import- und Großhandels GmbH
CeWe Color AG & Co. OHG
di support GmbH
DGH Grosshandel
Dörr GmbH
Kodak/Eastman Kodak Company
Erno Warenvertriebs GmbH
Foto Quelle GmbH & Co. OHG
General Imaging Europe Ltd.
goldbuch Georg Brückner GmbH
Henzo B.V.
Infowerk AG
Jobo AG
Karl Walther Alben und Rahmen GmbH & Co. KG
Kürbi-Otto Tönnies GmbH
S. u. M. Rehberg GmbH
Foto + Minilabsysteme R. Saal GmbH
Silverlab Solutions GmbH

Projektion/Präsentation

Ansmann AG
BHS Binkert GmbH
Braun Photo Technik GmbH
Casio Europe GmbH
dextrIT GmbH & Co. KG
DGH Grosshandel
Dörr GmbH
Franke & Heidecke GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Just Normlicht GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Kindermann GmbH
Maco Photo Products

Novoflex Präzisionstechnik GmbH
Panasonic Marketing Europe GmbH
reflecta gmbh
Sanyo Fischer Sales (Europe) GmbH
Soligor GmbH
Voigtländer
Wacom Europe GmbH

Verbrauchsmaterialien für Fotofinishing

BHS Binkert GmbH

di support GmbH
DGH Grosshandel
Felix Schoeller jr Foto- und Spezialpapiere GmbH & Co. KG
Kodak/Eastman Kodak Company
Fujifilm Europe GmbH
Hahnemühle Fine Art GmbH
Hostert Pro GmbH
Ilford Imaging Switzerland GmbH
Le Bon Image
Maco Photo Products
Mitsubishi Electric Europe B.V.
Photo Star GmbH
R. Rauch GmbH
Foto + Minilabsysteme R. Saal GmbH
Sihl GmbH
Silverlab Solutions GmbH
Tetenal AG & Co. KG

Bestellabwicklung für Fotofinishing

BHS Binkert GmbH
CeWe Color AG & Co. OHG
di support GmbH
Foto Quelle GmbH & Co. OHG
Fujicolor Central Europe
Photofinishing GmbH & Co. KG

Hostert Pro GmbH
Silverlab Solutions GmbH

Digital Imaging/Publishing

BHS Binkert GmbH

Braun Photo Technik GmbH
Cruse GmbH
dextrIT GmbH & Co. KG
di-support GmbH
DGH Grosshandel
Dörr GmbH
Fotofix Schnellautomaten GmbH
Hahnemühle Fine Art GmbH
Hama GmbH & Co. KG
Hewlett-Packard Company
Hostert Pro GmbH
Jobo AG
IP Labs GmbH
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG
Le Bon Image
Mitsubishi Electric Europe B.V.
Nik Software GmbH
Olympus Deutschland GmbH
Pentacore GmbH
reflecta GmbH
S. u. M. Rehberg GmbH
Samsung Electronics GmbH
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH
Silverlab Solutions GmbH
Soligor GmbH
Sony Deutschland GmbH
Tetenal AG & Co. KG
Tiffen Europe Ltd.
Wacom Europe GmbH

Zusatzsortiment

Metz-Werke GmbH & Co. KG
Universal Laser Systems GmbH

Samsung: Neues Handelskonzept und neue Vertriebsstruktur

Das Top 40 Markensortiment

In den letzten Jahren hat Samsung erfolgreich am Markt operiert und seine Markenpräsenz deutlich gesteigert. Um den Fachhandel noch besser bedienen zu können und vor allem auch den Support der kleineren Händler zu intensivieren, baut das Unternehmen zum 1. Oktober seine Vertriebsstruktur deutlich aus.

Zum Gesamtbereich CE unter der Leitung von Business Director Hans Wienands gehören bei Samsung sowohl die Braune als auch die Weiße Ware. Seit 2005 verzeichnet der Bereich ein stetiges Wachstum, aktuell führt die GfK den Bereich Samsung Unterhaltungselektronik auf Platz 2 in Deutschland.

Von vier auf fünf Regionen

Bislang war das deutsche Vertriebsgebiet in vier Regionen unterteilt, die von 33 Außendienstmitarbeitern betreut wurden. „In dieser Konstellation konnten wir unsere Fachhandelspartner nicht mehr adäquat betreuen“, stellt Thomas Maurer, Vertriebsleiter Consumer Electronics, fest. „Wir verstärken deshalb erneut unsere Mannschaft. Ab dem 1. Oktober 2008 werden wir in Deutschland mit fünf Regionen (statt bisher vier) arbeiten, in denen jeweils ein regionaler Vertriebsleiter und acht Gebietsverkaufsleiter im Außendienst unterwegs sind.“

„Wir sind sicher“, bekräftigt Maurer, „dass wir mit den 40 Gebietsverkaufsleitern unsere Handelspartner deutlich schneller und häufiger erreichen als bisher.“ Darüber hinaus verstärkt das Unternehmen seine Präsenz im Handel durch weitere Kräfte.

„Es gibt zehn Vertriebsrepräsentanten, die den Außendienst bei der Betreuung der klassischen Facheinzelhändler unterstützen, die wir bis jetzt aus Kapazitätsgründen nicht besuchen konnten“, erläutert Thomas Maurer. „Wir möchten insbesondere das Samsung AV Select Programm den Händlern nahebringen, die durch ihre hohe Beratungsqualität und durch die Nähe zu ihren Stammkunden mit einem qualitativ hochwertigen Sortiment stabile Spannen erwirtschaften wollen. Dabei hat der Händler stets die

Wahl, Direktkunde mit Umsatzengagement zu werden oder über seinen Lagerpartner zu arbeiten, um zu sehen, wie sich das Geschäft entwickelt.“

„Die Beratungsarbeit leisten künftig die Vertriebsrepräsentanten, in enger Abstimmung mit dem Gebietsverantwortlichen, sie berichten direkt an den Regionalvertriebsleiter. Darüber hinaus haben wir zur Unterstützung des

„Wir sind sicher, dass wir mit 40 Gebietsverkaufsleitern unsere Handelspartner deutlich schneller und häufiger erreichen als bisher.“

Vertriebsteams vier weitere Spezialisten für die Bereiche Audio (Home Theater, MP3) und Video (Blu-ray Player, HDD-Recorder) eingestellt, die in den Regionen unterwegs sind. Die Umsätze für



Thomas Maurer: „Mit unserer neuen Vertriebsstruktur wollen wir mehr Handelspartner noch intensiver betreuen.“

Samsung Home-Theater entwickeln sich sehr gut, im Juli belegten wir im Wertmarktanteil den 2. Platz im deutschen Markt“, freut sich Thomas Maurer.

AV-Select-Programm erfolgreich gestartet

„Besonders zufrieden sind wir mit dem Start unseres AV-Select-Pro-



Das Top 40 Margensortiment umfasst 40 Schlüsselprodukte – 20 TV-Geräte und 20 DAV-Geräte, die jedes qualifizierte Fachgeschäft im Angebot haben sollte. Diese Produkte wurden ausgewählt, weil sie sich durch ein hohes technisches Niveau auszeichnen und die gesamte Bandbreite an Kundenwünschen abdecken.

gramms. Dieses Sortiment bieten wir nur Partnern an, die dem Konsumenten diese technisch innovativen und im Design besonders hochwertigen Produkte durch Präsentation und Beratung auch vermitteln können. Eine Vermarktung über e-commerce Plattformen schließt sich daher aus. Nach der guten Erfahrung mit den Modellen der Baureihe 6 werden wir zur IFA das AV-Select-Programm deutlich erweitern, die teilnehmenden Händler können sich darüber hinaus auch auf eine interessante Leistungserweiterung bei Garantie- und Lagerwertausgleich freuen.“

Vollsortimenter bei Full-HD

„Mit AV Select ist es uns gelungen, das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit von Samsung auch mit einer nachhaltig guten Margenentwicklung zu belegen“, so Thomas Maurer. „In Kombination mit den Exklusivmodellen und einem wettbewerbsfähigen Einstiegsprogramm bei LCD- und Plasma-Geräten bieten wir unseren Handelspartnern ein einzigartiges Produktportfolio in allen Größenklassen von 19 bis 70 Zoll. Das Samsung Audio/Video-Sorti-

ment mit den Schwerpunkten Home-Theater, Blu-ray und HDD Recorder, das sich durch das

„Mit AV Select ist es uns gelungen, das Vertrauen in die Leistungsfähigkeit von Samsung auch mit einer nachhaltig guten Margenentwicklung zu belegen.“

abgestimmte Design, die Bedienerfreundlichkeit mit einer Fernbedienung und die 1.080-Hochskalierung als ideale TV-Zuspieler anbietet, rundet das Angebot ab. Wir sind der starke Partner für den Handel im Vollsortiment Full-HD.“

3 Jahre Garantie

AV-SELECT

AV-SELECT

Samsung: "Revolution begins with Crystal Design"

Reduziert auf das Wesentliche

Mit der Symbiose aus Luxus und Nachhaltigkeit setzt Samsung zukunftsweisende Zeichen. Die neue Serie 8 verbindet hochmoderne Ausstattung mit energieeffizienter Technologie und umweltschonender Herstellung. So bieten die Modelle der 8er-Serie neben Netzwerk-Konnektivität und Web-Inhalten auch das umweltfreundliche Crystal Design in „Rubinschwarz“

Mit seinen neuen LCD-Fernsehern im Crystal Design geht Samsung neue Wege und spricht den Verbraucher nicht nur über technische Feinheiten, sondern vor allem das Äußere an. Um dem neuen Auftritt das entsprechende Gewicht zu verleihen, hat sich Samsung den Kapitän der deutschen Fußballnationalmannschaft, Michael Ballack, in diesem Jahr auch als Markenbotschafter für den CE-Bereich auserkoren.

Erfolgreich gestartet

Die im Vorfeld der Fußball-Europameisterschaft gestartete Kampagne hat Samsungs Crystal Design innerhalb kürzester Zeit bei einem breiten Publikum bekannt gemacht. „Mit der Kampagne ‚Erschaffen, um zu verführen‘ haben wir dieses Jahr erstmals auch im Bereich Samsung Consumer Electronics auf Michael Ballack als Markenbotschafter gesetzt“, führt Gerd Weiner, Head of Marketing CE Samsung Electronics GmbH, aus. „Die bewor-



Gerd Weiner: „Auch in der zweiten Jahreshälfte werden wir weiterhin mit Michael Ballack wieder in die Werbeoffensive gehen.“

bene LCD-TV Serie 6 von Samsung im neuen Crystal Design hatte einen außerordentlich erfolgreichen Start in Deutschland, der uns und unsere Partner sehr zufriedenstellt. Das neue Crystal Design wurde von den Kunden sehr gut angenommen und erlangte nicht zuletzt durch den Ballack-Spot schnell an Bekanntheit. Auch in der zweiten Jahreshälfte werden wir weiterhin mit Michael Ballack zusammenarbeiten und im Herbst wieder in die Werbeoffensive gehen.“

Im Zuge der neuen Kampagnen wird es primär um das Design der Produkte und nicht nur um ein einzelnes Gerät gehen. „Im Vordergrund der Kampagne werden die neuen Samsung-Produkte im Crystal Design stehen, also vor allem die neuen Samsung TV-Geräteserien 7, 8 und 9, aber auch die neue Samsung Heimkinoanlage HT-TX715“, verdeutlicht Weiner. „Teil dieser Werbeoffensive wird eine eigens auf den Handel aus-



Die neuen Full-HD-LC-Displays der 8er-Serie zeichnen sich vor allem durch ihr außergewöhnliches Design aus. Ebenso aufregend ist aber der Seitenanblick der Fernsehgeräte. Denn mit einer Dicke von nur 44,4 mm gehören die neuen Samsung-Displays zu den flachsten Geräten am Markt.

gerichtete Ansprache mit einer separaten Handelsanzeige sein. Die Kampagne wird überall dort zu sehen sein, wo wir unsere Kunden optimal erreichen – auf Plakaten, Postern, Anzeigen und natürlich am Point of Sale.“

Zukunftsorientiert

Für die Zukunft sind die neuen 8er-LCD-TVs bestens gerüstet. Mit „InfoLive“ lassen sich ganz einfach per Fernbedienung RSS Feeds aus dem Internet laden, die dem Zuschauer jederzeit aktuelle Nachrichten, Börsenkurse und Wetterberichte auf seinem Bildschirm anzeigen. Weitere spannende Inhalte zu den Themen „Kochen“, „Spielen“, „Fitness“, „Foto-Galerie“ und „Kinder“, liefert die „Content Library“ auch ohne Internet-Verbindung. Die „Content Library“ kann per Download von der Samsung-Homepage erweitert werden. Die USB-Schnittstelle „Wiselink Pro“ erlaubt es dem Anwender Fotoapparate, Camcorder oder MP3-Player an den Fernseher anzuschließen und so Fotos, Musik und Filme auf dem TV-Bildschirm anzuzeigen.

Diese Vielfalt zeigt sich auch im Crystal Design-Konzept. „Revolution begins with Crystal Design“ – so lautet das Motto von Samsung auf der IFA 2008. „Hinter diesem Motto steht nicht bloß ein neues Produktmerkmal, sondern vielmehr ein Gesamtkonzept“, verrät Gerd Weiner.

Symbiose von Technik und Design

„Dieses Konzept spiegelt die perfekte Verbindung von state-of-the-art Technologie, außergewöhnlichem Design und zukunftsweisender Nachhaltigkeit in seinen Produkten wider. So verfügen alle neuen Crystal Design TV-Serien über Full-HD (1.920 x 1.080p),

Ultra Clear Panel, 100 Hz Motion Plus-Technologie, ein Höchstmaß an Konnektivität dank HDMI, Anynet+ (HDMI-CEC) und USB 2.0 sowie neueste Multimedia-Features. Die umweltschonende Herstellungsweise der Crystal-Design Fernseher und die hohe Energieeffizienz werden durch das Umweltzeichen der europäischen Union bestätigt.“

Die neuen Produktgenerationen sind eine Klasse für sich, ebenso wie Michael Ballack. „Michael Ballack ist für Samsung und die neuen Crystal Design-Serien der perfekte Markenbotschafter.

„Die neuen Produktgenerationen spielen in einer eigenen Liga – a class of its own“

Durch seine Persönlichkeit und seine Funktion als moderner Spitzensportler vereint er Ehrgeiz, Vielseitigkeit, Vorbildfunktion und Erfolg“, untermauert Weiner.

„Damit steht er genau wie unsere Crystal Design-Produkte für eine eigene Liga – ‘a class of its own’.“

DLNA-fähig

Tatsächlich hat Samsung nicht nur einfach neue LC-Displays entwickelt, sondern Geräte gebaut, die den Anspruch auf Zukunftssicherheit erheben. So haben die Techniker neben Entertainment-Funktionen auch an die Kommunikation mit anderen Geräten gedacht. Das Siegel „DLNA“ wird von der Digital Living Network Alliance vergeben und signalisiert dem Kunden, dass der Fernseher Musik, Videos und Bilder zeigen oder abspielen kann, die auf dem PC im digitalen Heimnetzwerk gespeichert sind – sogar simultan auf mehreren TV-Geräten in verschiedenen Räumen.

Anynet+ – eine Fernbedienung für alle

Die HDMI-M-Verbindung sorgt nicht nur für beste Bild- und Tonqualität, sondern auch für höheren Komfort in der Bedienung verschiedener Geräte innerhalb eines Home-Entertainment-Systems. Möglich wird dies durch das im HDMI-Standard implementierte CEC-Protokoll, das Kontroll-Funktionen zwischen diversen Komponenten ermöglicht. Anynet+ ist ein CEC-Derivat („Consumer Electronics Control“) und wird von Samsung genutzt, um die Bedienung eines Samsung Home-Entertainment-Systems erheblich zu vereinfachen.



Auf seinem ebenfalls im Crystal Design gehaltenen Drehfuss lässt sich das schlanke, 46 Zoll große Display des LE-46A859S1 bequem in jede Richtung drehen. Die integrierten, nach unten gerichteten Lautsprecher liefern mit ihren 2 x 10 Watt und dem eingebauten Subwoofer knackigen SRS Trusurround-Sound.

Samsung: Videoplayer mit hoher Speicherkapazität gefragt

YP-S3 – HiFi für unterwegs

In dem wachsenden Marktsegment für MP3-Player will Samsung auch in Deutschland weitere Marktanteile gewinnen und mittelfristig die Nummer 2 werden. Bereits in den letzten Jahren konnte Samsung mit langen Akkulaufzeiten und Bluetooth-Schnittstellen sowie innovativen Funktionen auftrumpfen. In diesem Jahr kommen mit dem YP-Q1 und YP-S3 zwei neue Multimedia-Player auf den Markt.

Bereits im Jahr 2006 machte Samsung zum ersten Mal im MP3-Segment auf sich aufmerksam und brachte mit dem YP-Z5 den ersten Player heraus, der eine Akkulaufzeit im Dauerbetrieb von 40 Stunden erreichte. Ein Jahr später machte das Unternehmen erneut Furore, indem es Bluetooth 2.0 in seine MP3-Player integrierte, um damit zwei Bluetooth-fähige Geräte gleichzeitig anschließen zu können. Mit den beiden neuen Playern YP-Q1 und YP-S3 setzen die Koreaner diese Tradition fort und stellen im Jahresendgeschäft vor allem Design, Verarbeitung, Komfort und Ausstattung in den Vordergrund.

Premiumsegment wächst

Die Chancen stehen gut, denn die aktuelle Marktentwicklung spielt Samsung in die Hände. „Bis Jahresende werden voraussichtlich 5.250.000 MP3-Player verkauft“, so Mike Henkelmann, Produktmanager Home Entertainment. „Dies entspricht knapp einem Rückgang von 10 Prozent gegenüber dem Vorjahr.“ Das Mengengeschäft wird bei einfachen

MP3-Playern gemacht, die Marge hingegen im Premiumsegment. „In Stück dominieren die ‚reinen‘ MP3-Player mit gut der Hälfte des Marktes, wobei die Segmente 1GB und 2GB den größten Anteil haben“, erläutert Henkelmann. „In Wert spielen die Video-Player eine übergeordnete Rolle: Der Kunde ist bereit, für eine neue Technologie beziehungsweise Premium-Produkte mehr zu bezahlen. Da Video-Dateien aufgrund der höheren Datenrate mehr Speicherplatz einnehmen, dominieren hier die Segmente 4 GB/8 GB besonders.“

Multimedia-Player

Der YP-S3 ist auf die Bedürfnisse der Kunden zugeschnitten und hat ein benutzerfreundliches Bedienkonzept, liefert eine sehr gute Audio- und Video-Wiedergabequalität und zeichnet sich durch ein ausgefeiltes Energiemanagement aus. Die Technik ist in einem sehr flachen Gehäuse mit edler Hochglanz-Optik verpackt. Das Multimedia-Gerät liegt bedingt durch seine schmale Form sehr gut in der Hand. Das Touchpad ist leicht und bequem zu handhaben, wobei die großen,



übersichtlichen Symbole die Auswahl der gewünschten Funktionen erleichtern. Das 1,8 Zoll TFT Display erleichtert nicht nur die Bedienung des Players, sondern stellt Videos in sehr guter Qualität im Breitbildformat dar. Für Unterhaltung ist stets gesorgt, denn neben einem FM-Radio ist der Player auch in der Lage, Musikaufnahmen direkt aus dem Radio vorzunehmen. Darüber hinaus lassen vorinstallierte Java-Spiele keine Langeweile aufkommen. Beim Anschluss des Players an einen PC wird dieser wie ein USB-Stick angezeigt und behandelt.

Natürliche Klangwiedergabe

Um seine Position im Markt weiter zu stärken, legt Samsung den Schwerpunkt auf Premium-Qualität. „Der Fokus wird auf dem Premium-Anspruch der Produkte gekoppelt mit exzellentem Preis-/Leistungs-Verhältnis liegen“, so Henkelmann. „Zudem wird Samsung seine Innovations-Führerschaft im MP3-Bereich weiter ausbauen und kontinuierlich mit neuen Technologien Maßstäbe setzen. Durch die stetige Weiterentwicklung der DNSe Technologie (intelligente Klangverbesserung) wird Samsung seinen Vorsprung in Sachen Klangqualität weiter ausbauen.“ In punkto Klangqualität haben die Koreaner bereits vor drei Jahren Zeichen gesetzt und kommen jetzt in den neuen Playern mit der dritten Generation. Die Klangfeldtechnologie DNSe 2.0 (Digital Natural Sound Engine) vermittelt dem

Mit der Text-to-Speech Funktion des Video-MP3-Players YP-Q1 kann sich der Anwender seine E-Mails vorlesen lassen oder Hörbücher selbst erstellen, indem er Text-Dateien mit der mitgelieferten PC-Software EmoDio in MP3-Dateien konvertiert. Die Akkulaufzeit beträgt bis zu 30 Stunden.



Der YP-Q1 kommt neben dem Klangverbesserungsverfahren Digital Natural Sound Engine (DNSe) mit einer Erweiterung hierzu: My DNSe. Hier kann der Anwender seine eigenen Equalizer-Einstellungen vornehmen und den Klang entsprechend seiner persönlichen Hörgewohnheiten einstellen.

Hörer über die Kopfhörer den Eindruck eines 3D-Sounds und sorgt für ein natürliches Klangbild mit exzellenter Basswiedergabe. Dazu gesellt sich eine neue Komfortfunktion: „In diesem Jahr bringt Samsung ein Highlight auf den Markt: Mit der Text-to-Speech Funktion des Video-MP3-Players YP-Q1 kann sich der Anwender seine E-Mails vorlesen lassen oder Hörbücher selbst erstellen, indem txt-Dateien mit der mitgelieferten PC-Software EmoDio in MP3-Dateien konvertiert werden“,

erklärt Mike Henkelmann. Um die neuen Geräte an den Kunden zu bringen, hat Samsung mit der Ausstattung seiner Handelspartner begonnen.

„Samsung hat bereits begonnen, den Fachhandel mit platzsparenden MP3-Displays auszustatten und wird dies stetig ausbauen. Darüber hinaus profitiert der Fachhandel beim Verkauf der Samsung MP3-Player von überdurchschnittlichen Margen“, so Henkelmann.

www.samsung.de



Der YP-S3 Video-MP3-Player ist in fünf Trendfarben erhältlich. Neben DNSe und Text-to-speech Technologie ist der Player mit einem FM-Radio ausgestattet. Als derzeit einziges Gerät neben dem YP-Q1 verfügt der S3 darüber hinaus über eine FM-Aufnahmefunktion, mit der man direkt aus dem Radio Musik aufzeichnen kann.

„Modernste Technik – perfekt inszeniert.
Einfach eine eigene Liga.“



Crystal Design – A class of its own.

TECHNOLOGIE UND DESIGN IN PERFEKTION

Bieten Sie Ihren Kunden eine Klasse für sich. Begeistern Sie mit einzigartigen Materialien, die zu einem Rahmen-Kunstwerk verschmelzen und jeden Tag durch lebendige Farbeffekte überraschen. Überzeugen Sie mit modernster Spitzentechnologie, die auch ohne Computer den Zugriff auf Internet-Nachrichten ermöglicht. Unterstreichen Sie Ihre Kompetenz mit zukunftsweisend umweltfreundlichen Produkten. Spielen Sie in einer eigenen Liga: mit den neuen Crystal Design LCD TV-Serien von Samsung.

www.samsung.de



Wichtige Aussteller nach Hallen

Halle 2

Berlebach Stativtechnik 1/A30
B.I.G. Brenner Import-
u. Großhandels GmbH 1/E10



Casio Europe GmbH 2/C10, D19
Dörr GmbH 1/A41



Epson Deutschland
GmbH 2/B39, A30

Gossen Foto- u. Licht-
messtechnik GmbH 1/D29
Hasselblad A/S 1/B29
Hedler Systemlicht GmbH 1/A25
Heliopan Lichtfilter-Technik
Summer GmbH & Co KG 1/D35
Kaiser Fototechnik
GmbH & Co. KG 1/A40, A48
Kürbi-Otto Tönnies GmbH 1/C20
Leica Camera AG 1/A19
Linos Photonics
GmbH & Co. KG 1/A40
Mamiya Digital Imaging
Co. Ltd. 1/B39
Minox GmbH 1/C01
Nikon Corporation 2/A10
Nokia Corporation 1/B10, C19
Novoflex Präzisions-
technik GmbH 1/A41
Olympus
Deutschland GmbH 2/D39, B30
Pentax Europe GmbH 2/D29
Photo+Medienforum Kiel 1/D25
Ringfoto GmbH & Co.
Alfo Marketing KG 1/D20, D28
Soligor GmbH 1/C36
Steiner Optik GmbH 1/D37
Voigtländer 1/D20
Carl Zeiss 1/C19

Halle 3



BHS Binkert GmbH 1/D34, D40
Braun Photo Technik
GmbH 1/D11-D19
Canon Europa N.V. 2/A17
ewa-marine GmbH 1/C39
Fotoco Fotohandelsges.
mbH & Co. KG 1/A20
Panasonic Marketing
Europe GmbH 2
Pentacon GmbH 1/C21
plawa-feinwerktechnik
GmbH & Co. KG 1/D31
reflecta gmbh 1/C10-C18

Supra Foto Elektronik
Vertriebs GmbH 1/B40



Swarovski Optik
Vertriebs GmbH 1/B19, A10
Technotrade Import-
Export GmbH 1/B39

Halle 4

Adobe Systems GmbH 1/G20
Artido! Seidenweberei
L. Güssen
GmbH & Co. KG 1/E48, D49
Crumpler Serious GmbH 1/G10
FotoWare Germany GmbH 1/G30
Franke & Heidecke GmbH 2/A08
Fujicolor Central Europe
Photofinishing
GmbH & Co. KG 2/A10, C19
Fujifilm Electronic
Imaging Europe 2/A10, C19
Fujifilm Europe GmbH 2/A10, C19
Hama GmbH & Co KG 2/C10
Hewlett-Packard Com. 1/H23
Infowerk AG 1/B45
IP-Labs GmbH 4.2/A10/C19
Jenoptik Laser, Optik,
Systeme GmbH 2/C21
Jos. Schneider Opt. Werke
GmbH 2/B12
Just Normlicht GmbH 1/E50
Kindermann GmbH 1/B10
Linhof Präzisions-
Systemtechnik GmbH 2/B14
Metz-Werke
GmbH & Co. KG 2/F09
Microsoft Corporation 1/H49, G31
Nik Software GmbH 1/F01
Samsung Electronics GmbH 2/D48
Sanyo Fisher Sales
(Europe) GmbH 2/F10
Sinar Deutschland 2/C21
Tamron Europe GmbH 2/E10, F19
Wacom Europe GmbH 1/H18

Halle 5

Ansmann AG 1/E10
DayMen/Lowepro
GmbH & Co. KG 2/C20, D29
Kodak/Eastman Kodak
Company 2
General Imaging
Europe Ltd. 1/C10



Glyn GmbH & Co. KG 1/D08
GP Battery Marketing
(Germany) GmbH 1/I29
HaPa-Team
Handelsges. mbH 2/B20
Jobo AG 1/A10-A18
Lowepro/DayMen
GmbH & Co. KG 2/C20, D29
„Rollei“ RCP-Technik
GmbH & Co. KG 2/D09
Rehberg GmbH 1/C10
Ricoh International
B.V. 2/D11, D19
S. u. M.
SanDisk Corporation 1/B20
Sigma (Deutschland)
GmbH 2/A20
Sony Deutschland GmbH 1/A10
Technaxx Deutschland
GmbH & Co. KG 1/C19
tecus Europe GmbH 1/F19
Tetenal AG & Co. KG 2/B30
Tiffen Europe Ltd. 2/C10
Vanguard 1/H10



Verbatim GmbH 1/F11

Halle 6

Bogen Imaging 1/D10, E10
bron imaging GmbH 1/A13
California Sunbounce 1/C03
CF Photo + Video Technik
GmbH 1/D34
dextIT GmbH
& Co. KG 1/D37
DGH Grosshandel 1/D39
Gitzo 1/D10, E10
Hensel Studiotechnik
GmbH & Co. KG 1/A11, A19
Kata 1/D10, E10
Lastolite 1/E01
Lino Manfrotto 1/D10, E10
Multiblitz 1/C10, D15
National Geographic 1/D10, E10
Foto Walser
GmbH & Co. KG 1/A30

Halle 9

Aulfes GmbH 1/B14
Erno Warenvertriebs
GmbH 1/A10, B11
goldbuch Georg
Brücker GmbH 1/C20, D21
Henzo B.V. 1/D10
Karl Walther
Alben und Rahmen
GmbH & Co. KG 1/B10



Plus X Award –
Hall of Fame 1/A60-E69

Halle 10

CeWe Color
AG & Co. OHG 2/A70-C71
Cruse GmbH 1/B38, C39
di support GmbH 2/A40
Enve Photopackaging
GmbH 2/C64-C68
Felix Schoeller jr
Foto- u. Spezialpapiere
GmbH & Co. KG
Foto + Minilabsysteme
R. Saal GmbH 2/B30
Fotofix Schnellautomaten
GmbH 2/A50



Foto Quelle GmbH
& Co. OHG 2/C30
Hahnemühle Fine Art
GmbH 1/C20
Hostert Pro GmbH 1/A10
Ilford Imaging
Switzerland GmbH 1/B10



imaging+foto-contact 2/C41



INTERNATIONAL CONTACT 2/C41
Kienzle Phototechnik 1/D36
Le Bon Image 1/B10
Maco Photo Products 1/A19
Mitsubishi Electric
Europe B.V. 2/A68
Noritsu
Koki Co. Ltd. 2/C04
Photo Star GmbH 2/C21, C29



PMA Photo Marketing
Assoc. Intern. 2/C41

PoS-MAIL

PoS-MAIL 2/C41



prepress-World of Print 2/C41
R. Rauch GmbH 1/A30
Sihl GmbH 1/B20, C29
Silverlab Solutions GmbH 2/C30
Universal
Laser Systems GmbH 1/B41

Die wichtigsten Aussteller von A-Z

A

Adobe Systems GmbH	4.1/G20
Ansmann AG	5.1/E10
Artido! Seidenweberei L. Güssen GmbH & Co. KG	4.1/E48, D49
Aulfes GmbH	9.1/B14

B

Berlebach Stativtechnik	2.1/A30
BHS Binkert GmbH	3.1/D34, D40
Dr. Rudolf-Eberle-Str. 12 • 79725 Laufenburg	
Tel: 07763/928-0 • Fax: 07763/928-399	
www.bhsbinkert.de	
B.I.G. Brenner Import- u. Großhandel GmbH	2.1/E10
Bogen Imaging	6.1/D10, E10
Braun Photo Technik GmbH	3.1/D11-D19
bron imaging GmbH	6.1/A13

C/D

California Sunbounce	6.1/C03
Canon Europa N.V.	3.2/A17
Casio Europe GmbH	2.2/C10, D19
Bornbarch 10 • 22848 Norderstedt	
Tel: 040/52865-0 • Fax: 040/52865-100	
www.casio-europe.com • www.exilim.de	
CeWe Color AG & Co. OHG	10.2/A70-C71
CF Photo + Video Technik GmbH	6.1/D34
Crumpler Serious GmbH	4.1/G10
Cruse GmbH	10.1/B38, C39
Cullmann Foto*Audio*Video GmbH	3.1/D20
DayMen/Loweepro GmbH & Co. KG	5.2/C20, D29
dexxIT GmbH & Co. KG	6.1/D37
DGH Grosshandel	6.1/D39
di support GmbH	10.2/A40
Dörr GmbH	2.1/A41
Messerschmittstr. 1 • 89231 Neu-Ulm	
Tel: 0731/97037-0 • 0731/97037-37	
www.doerrfoto.de	

E/F

Kodak/Eastman Kodak Company	5.2/A02-C19
Enve Photopackaging GmbH	10.2/C64-C68
Epson Deutschland GmbH	2.2/B39, A30
Otto-Hahn-Str. 4 • 40670 Meerbusch	
Tel: 02159/538-0 • Fax: 02159/538-3000	
www.epson.de	
Erno Warenvertriebs GmbH	9.1/A10, B11
ewa-marine GmbH	3.1/C39
Felix Schoeller jr Foto- u. Spezialpapiere GmbH & Co. KG	10.1/A60
Fotoco Fotohandelsgesellschaft mbh & Co. KG	3.1/A20
Fotofix Schnellautomaten GmbH	10.2/A50
Foto Quelle GmbH & Co. OHG	10.2/C30
Fürther Str. 205 • 90429 Nürnberg	
Tel: 0911/1420-880 • www.fotoquelle.de	
• Das Fotobuch auf echtem Fotopapier	
• Fotobuch Easy – ohne Software, ohne Internet	
• Grußkartensortiment zum Selbstgestalten	
• Bilder auf Leinwand in neuer Qualität	
FotoWare Germany GmbH	4.1/G30
Franke & Heidecke GmbH,	
Feinmechanik und Optik	4.2/A08
Salzdahlumer Str. 196 • 38126 Braunschweig	
Tel: 0531/6800-100 • Fax: 0531/6800-295	
www.franke-heidecke.net	
Fujicolor Central Europe	
Photofinishing GmbH & Co. KG	4.2/A10, C19

Fujifilm Electronic Imaging Europe	4.2/A10, C19
Fujifilm Europe GmbH	4.2/A10, C19

G/H

General Imaging Europe Ltd.	5.1/C10
• Unter dem Motto: See the bigger Image with DIGITAL CAMERAS von GE zeigt General Imaging auf mehr als 1.000 qm Ausstellungsfläche sein aktuelles Sortiment mit allen Neuheiten.	
Gitzo	6.1/D10, E10
Glyn GmbH & Co. KG	5.1/D08
goldbuch Georg Brückner GmbH	9.1/C20, D21
Hallstadter Str. 50 • 96052 Bamberg	
Tel: 0951/96788-0 • Fax: 0951/96788-30	
www.goldbuch.de	
Gossen Foto- u. Lichtmesstechnik GmbH	2.1/D29
GP Battery Marketing (Germany) GmbH	5.1/I29
Hahnemühle Fine Art GmbH	10.1/C20
Hama GmbH & Co KG	4.2/C10
HaPa-Team Handelsges. mbH	5.2/B20
Hasselblad A/S	2.1/B29
Hedler Systemlicht GmbH	2.1/A25
Heerstr. 112 • 65594 Runkel/Lahn	
Tel: 06482/9181-00 • Fax 06482/9181-11	
www.hedler.com	
Heliopan Lichtfilter-Technik	
Summer GmbH & Co KG	2.1/D35
Hensel Studioteknik GmbH & Co. KG	6.1/A11, A19
Henzo B.V.	9.1/D10
Hewlett-Packard Company	4.1/H23
Hostert Pro GmbH	10.1/A10

I/J/K/L

Ilford Imaging Switzerland GmbH	10.1/B10
imaging+foto-contact	10.2/C41
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 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.	
Infowerk AG	4.1/B45
INTERNATIONAL CONTACT	10.2/C41
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.	
IP Labs GmbH (am Stand von Fujifilm, Tokyo)	4.2/A10, C19
Schwertberger Str. 14 • 53177 Bonn	
Tel: 0228/18479-0 • Fax: 0228/18479-15	
www.iplabs.de	
Jenoptik Laser, Optik, Systeme GmbH	4.2/C21
Jobo AG	5.1/A10
Jos. Schneider Opt. Werke GmbH	4.2/B12
Just Normlicht GmbH	4.1/E50
Kaiser Fototechnik GmbH & Co. KG	2.1/A40, A48
Im Krötenteich 2 • 74722 Buchen	
Tel: 06281/407-0 • Fax: 06281/407-55	
www.kaiser-fototechnik.de	

Karl Walther Alben und Rahmen GmbH & Co. KG	9.1/B10
Kata	6.1/D10, E10
Kienzle Phototechnik	10.1/D36
Kindermann GmbH	4.1/B10
Kürbi-Otto Tönnies GmbH	2.1/C20
Lastolite	6.1/E01
Le Bon Image	10.1/B10
Leica Camera AG	2.1/A19
Linhof Präzisions-Systemtechnik GmbH	4.2/B14
Lino Manfrotto	6.1/D10, E10
Linos Photonics GmbH & Co. KG	2.1/A40
Loweepro/Day Men GmbH & Co. KG	5.2/C20, D29

M/N

Maco Photo Products	10.1/A19
Mamiya Digital Imaging Co. Ltd.	2.1/B39
Metz-Werke GmbH & Co. KG	4.2/F09
Microsoft Corporation	4.1/H49, G31
Minox GmbH	2.1/C01
Mitsubishi Electric Europe B.V.	10.2/A68
Multiblitz	6.1/C10, D15
National Geographic	6.1/D10, E10
Nik Software GmbH	4.1/F01
Nikon Corporation	2.2/A10
Nokia Corporation	2.1/B10, C19
Noritsu Koki Co. Ltd.	10.2/C04
Novoflex Präzisionstechnik GmbH	2.1/A41

O/P

Olympus Deutschland GmbH	2.2/D39, B30
Wendenstraße 14-18 • 20097 Hamburg	
Tel: 040/23773-0 • www.olympus.de	
Panasonic Marketing Europe GmbH	3.2
Winsbergring 15 • 22525 Hamburg	
www.panasonic.de	
Pentacon GmbH	3.1/C21
Pentax Europe GmbH	2.2/D29
Photoindustrie-Verband e.V.	Boulevard A12
Photo+Medienforum Kiel	2.1/D25
Photo Star GmbH	10.2/C21, C29
plawa-feinwerktechnik GmbH & Co. KG	3.1/D31
Plus X Award – Hall of Fame	9.1/A60-E69
Montanusstr. 62 • 41515 Grevenbroich	
Tel: 02181/28595-0	
Fax: 02181/28595-199	
www.plusxaward.de	

PMA Photo Marketing Association International	10.2/C41
Hiltenspergerstr. 9 • 80798 München	
Tel: 089/54558128 • Fax: 089/2730291	
pmaeurope@pmal.org	

PoS-MAIL

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-Markt informiert über die Innovationen im Bereich Unterhaltungselektronik, Foto, IT und Telekommunikation – ergänzt durch Medien im Internet unter www.pos-mail.de und einen E-Mail-News-Service.	
prepress-World of Print	10.2/C41
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 professionelle Produktion von Printprodukten. Angesprochen werden Druckereien, Verlage und Werbeagenturen sowie die klassischen freien Berufe der Medienproduktion – vom Grafiker bis zum Fotografen.

Q/R/S

R. Rauch GmbH	10.1/A30
„Rollei“ RCP-Technik GmbH & Co. KG	5.2/D09
reflecta gmbh	3.1/C10-C18
S. u. M. Rehberg GmbH	5.1/C10
Ricoh International B.V.	5.2/D11, D19
Ringfoto GmbH & Co.	
Alfo Marketing KG	2.1/D20, D28
Foto + Minilabsysteme	
R. Saal GmbH	10.2/B30
Samsung Electronics GmbH	4.2/D48
SanDisk Corporation	5.1/B20
Sanyo Fisher Sales (Europe) GmbH	4.2/F10
Sigma (Deutschland) GmbH	5.2/A20
Sihl GmbH	10.1/B20, C29
Silverlab Solutions GmbH	10.2/C30
Donnersbergstr. 1 • 64646 Heppenheim	
Tel: 06252/7947-0 • www.silverlab-solutions.de	
• Das Fotobuch (Echtfoto) für den Fachhändler	
• HP Photo-Center Lösungen	
• HP Large Format Drucker + Lösungen	
Sinar Deutschland	4.2/C21
Gänseweg 5 • 22926 Ahrensburg	
Tel: 04102/67820-0 • Fax: 04102/67820-20	
www.sinar.de	
Soligor GmbH	2.1/C36
Sony Deutschland GmbH	5.1/A10
Steiner Optik GmbH	2.1/D37
Supra Foto Elektronik Vertriebs GmbH	3.1/B40
Swarovski Optik Vertriebs GmbH	3.1/B19, A10
Daniel-Swarovski-Straße 70	
6067 Absam • Österreich	
Tel: +43-5223-5110 • www.swarovskioptik.com	
• Optische Qualität wird mit der neuen EL 42-Serie von Swarovski Optik neu definiert. Die Ferngläser bieten eine exzellente Randschärfe sowie gestochen scharfe Konturen und eine farbtreue Darstellung bis zu einer Nahdistanz von 1,5 m.	

T

Tamron Europe GmbH	4.2/E10, F19
Technaxx Deutschland	
sGmbH & Co. KG	5.1/C19
Technotrade Import-Export GmbH	3.1/B39
tecXus Europe GmbH	5.1/F19
Tetenal AG & Co. KG	5.2/B30
Tiffen Europe Ltd.	5.2/C10

U/V/W

Universal Laser Systems GmbH	10.1/B41
Vanguard	9.1/A10
Verbatim GmbH	5.1/F11
Frankfurter Straße 63-69 • 65760 Eschborn	
www.verbatim-europe.com	
Tel: 06196/9001-0 • Fax: 06196/9001-20	
Voigtländer	2.1/D20
Wacom Europe GmbH	4.1/H18
Foto Walser GmbH & Co. KG	6.1/A30

X/Y/Z

Carl Zeiss	2.1/C19
------------	---------

3 g ADRENALIN.



K 330 WASP

Hart am Limit, der Sound treibt an – aufregend, extrem und intensiv. Der K 330 schießt Adrenalin ins Blut. Klang-Power pur. Mit bis zu 121 dB/mW, 20 mW Input und einer Frequenzbreite von 12 Hz bis 23,5 kHz, gehen die Beats ins Bein. Sein starkes Outfit verleiht ihm Coolness und Charakter. Nur 3 Gramm leicht und mit Silikon-Ohradaptoren in drei Größen ultrakomfortabel. Kompatibel mit allen Apple® iPhones®. Erhältlich in zwei rasanten Farbkombinationen. K 330: Starker Sound, der ins Blut geht.

SOUNDS BETTER.

H A Harman International Company © 2008 Harman International Industries, Incorporated. Alle Rechte vorbehalten. AKG ist eine Handelsmarke von Harman International Industries, Incorporated, eingetragen in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Ländern. Apple und iPhone sind Handelsmarken von Apple Inc., eingetragen in den Vereinigten Staaten und/oder anderen Ländern. Änderungen vorbehalten. Harman Deutschland; Händerstraße 1, 74080 Heilbronn, Tel.: +49 7131 480 0 | Harman Österreich; Salzgasse 2, 5400 Hallein | Harman Schweiz; Thunstraße 20, CH-3005 Bern | www.akg.com

[®]
AKG

Das Top-Ereignis der photokina

Internationales

„Memories“

Nutzen Sie die Gelegenheit, aus erster Hand zu erfahren, wie internationale Spitzenmanager der Foto- und Imaging-Industrie aus Handel und Dienstleistung die Auswirkungen der digitalen Bildtechnologien auf den Lifestyle der Konsumenten sehen und erleben Sie die Präsentation neuer Geschäftsmodelle. Das internationale Business Forum „Memories on demand“ verspricht, das Top-Ereignis des Rahmenprogramms der photokina 2008 zu werden.

Digital Imaging, mobile Kommunikation, Consumer Electronics und die wachsenden Möglichkeiten des Internets definieren den Begriff „Erinnerungen“, der seit jeher fest mit der Fotografie verbunden ist, neu: Die Konsumenten haben zahllose Möglichkeiten, ihre Fotos und bewegten Bilder mit Musik, Tonaufnahmen und anderen digitalen Inhalten zu kombinieren und so lebendige Erinnerungen festzuhalten, zu speichern, wiederzugeben und mit anderen Menschen zu teilen. Wie die Foto- und Imagingbranche dieser emotionalen Komponente wirklich gerecht werden kann, ist das Thema des Business Forums „Memories on demand“.

Auszüge aus dem Programm (alle Vorträge in englischer Sprache):

Print is dead, long live print

Jeffrey W. Hayzlett, Chief Business Development Officer/Vice President, Eastman Kodak Company

New opportunities in personalized photo products

Nader Anvari, Chief Marketing Officer, Digilabs, Inc.

Nora's digital world – a new lifestyle for consumers, retailers and manufacturers

Christiane Ritter, Consumer Manager Digital Lifestyle, Microsoft Germany

The future of memory preservation

Dr. Mark Mizen, Director of Technology, Creative Memories

New marketing models for photo books

Ton Marsman, CEO, Webprint B.V.

Unconventional marketing strategies to reach „Generation Y“

Simon Noel, Mobile Marketing Managing Director/CEO at Mobile One2One, and Chris Kooluris, Senior Media Specialist, Disruptive Media, beide Ketchum, New York



Jeffrey W. Hayzlett



Nader Anvari



Ton Marsman



Dr. Mark Mizen



Christiane Ritter

(Änderungen vorbehalten)

Veranstalter

Photo Imaging News®



Unterstützt von:



am 24. und 25. September 2008

Business Forum on demand"

Teilnahmebedingungen und Gebühren

Das internationale Business Forum „Memories on demand“ findet am 24. und 25. September 2008 jeweils von 10 Uhr bis 13 Uhr im Europasaal des Kongresszentrums Ost der Koelnmesse statt.

Teilnahmegebühr

2 Tage:

699 Euro (ermäßigt: 599 Euro)

Tagesticket: 24. oder 25. September,

495 Euro (ermäßigt 445 Euro)

Für jeden gebuchten Tag sind folgende Leistungen eingeschlossen:

- Teilnahme an allen Vorträgen
- CD mit den Präsentationen
- Kaffeepause und leichtes Mittagessen
- Tagesticket für die photokina

Die ermäßigten Preise gelten für:

- Hauptaussteller der photokina 2008
- Mitgliedsfirmen des Photoindustrie-Verbandes
- Kunden der GfK (Angabe der Kundennummer notwendig)
- mehrere Teilnehmer von derselben Firma

C.A.T.-Verlag Blömer GmbH

Postfach 1229

40832 Ratingen

Tel: 02102-202744

02102-2027-90

E-Mail:

b.klomps@cat-verlag.de

Bitte melden Sie sich gleich per Fax an: 02102-2027-90

☐ **Ja, ich bestelle für das Internationale Business Forum „Memories on demand“ auf der photokina folgende Tickets:**

1. Ticket für beide Tage

(24. und 25. September 2008)

- ☐ Regulär 699 Euro
☐ Ermäßigt 599 Euro

2. Tagesticket

„Memories on demand“ I

(24. September 2008)

- ☐ Regulär 495 Euro
☐ Ermäßigt 445 Euro

3. Tagesticket

„Memories on demand“ II

(25. September 2008)

- ☐ Regulär 495 Euro
☐ Ermäßigt 445 Euro

☐ **Ich möchte mit Kreditkarte bezahlen**

☐ Visa ☐ Master Card

Kartennummer _____

gültig bis _____

Unterschrift _____

☐ **Bitte senden Sie mir eine Rechnung**

Herr/Frau _____

Vorname _____

Nachname _____

Position _____

Firma _____

Straße, Nr. _____

PLZ/Ort _____

Telefon _____

Fax _____

E-Mail _____

Unterschrift _____

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen MwSt. (z. Z. 19%). Bitte geben Sie hier Ihre USt-IdNr. an:

Stornierungen:

Bei Stornierungen bis einschließlich 10. September 2008 wird die Teilnahmegebühr voll erstattet. Die Benennung von Ersatzteilnehmern ist jederzeit kostenfrei möglich.

Sennheiser: Praxisorientiertes Zubehör für Handys

Mobiles Telefonieren wird zum Erlebnis

Seitdem das Mobiltelefon zur Standardausrüstung im Businessalltag gehört, hat das Wirtschaftsleben an Tempo gewonnen. Sennheiser hat technische Lösungen entwickelt, mit denen die Anwender die gewonnene Telefonierfreiheit auch komfortabel in ihren persönlichen Alltag integrieren können.

So segensreich die Mobiltelefonie in vielerlei Hinsicht auch ist, birgt sie doch auch zahlreiche Tücken. Während der Anrufende stets die volle Aufmerksamkeit seines Geschäftspartners erwartet, steckt dieser häufig in einer Situation, in der er sich nur schwer auf das Telefonat konzentrieren kann. Sei es die laute Umgebung in der Wartezone am Airport, die laufende Konferenz mit Geschäftspartnern oder die eilige E-Mail am Arbeitsplatz – häufig ist ein Anruf einfach umständlich oder unpassend.

Alle Headsets von Sennheiser verfügen über sehr gute Klang- und Sprachqualität. Damit profitieren auch Businesstelefonierer von den hohen Klangstandards der Profi-Musikindustrie.

BW 900 – der Business-Profi

Gerade im turbulenten Officealltag ist zuverlässige Telefontechnik unabdingbar. Wer zwischen Konferenz und Kundengespräch einen klaren Kopf behalten will, benötigt ein Headset, das eingehende Anrufe optimal handhabt. Das Schnurlos-Headset BW 900 von Sennheiser kann über seine Bluetooth-Schnittstelle und mit Hilfe der Basisstation mit mehreren Geräten verbunden werden – egal ob Bürotelefon, Mobiltelefon oder Computer.

„Wir erleben heutzutage einen Büroalltag, für den ständige Wechsel zwischen den einzelnen Kommunikationskomponenten selbstverständlich sind. Mit dem BW 900 ist es uns gelungen, diesen Wechsel so einfach wie möglich zu machen und die Erreichbarkeit im Büro zu verbessern“, sagt Stefan Grewe, Vertriebsleiter Multimedia/Telecom der Sennheiser Vertrieb und Service GmbH & Co. KG. Beim BW 900 genügt ein Knopfdruck, um zwischen einem Festnetz- und einem Mobiltelefon zu wechseln.

Die Flexibilität des BW 900 wird zusätzlich durch die besondere

Technologie „Adaptive Intelligence“ unterstützt. So passt sich die Lautstärke automatisch dem Umgebungslärm an. Zudem merkt sich das BW 900 die individuellen Einstellungen seines Nutzers, um sie in einer vergleichbaren Geräuschumgebung automatisch wieder anzuwenden. Dies gilt auch für unterwegs. Dank des leistungsfähigen Noise Cancelling Mikrofons sorgt das BW 900 dafür, dass störende Hintergrundgeräusche herausgefiltert werden. Das Headset reagiert sofort auf wechselnde Umgebungsgeräusche und passt die Lautstärke an. Auch die Reichweite von bis zu 100 Metern bringt eine ganz neue Bewegungsfreiheit ins Büro.

Das Travel Kit

Durch die Verbindungsmöglichkeiten mit allen bluetoothfähigen Geräten lässt sich das BW 900 auch außerhalb des Büros weiter benutzen. Durch das Travel Kit ist man unterwegs jederzeit erreichbar. Denn das umfangreiche Ladezubehör ermöglicht ganz einfach das Laden unterwegs per Laptop oder im Auto.

Design und Bequemlichkeit

Ein modernes Telekommunikationsheadset muss nicht nur technisch, sondern auch optisch überzeugen. Mit dem VMX 100 hat Sennheiser ein Designstück für den Businessalltag entwickelt. Das 15 Gramm leichte und ergonomisch geformte Headset verschwindet hinter dem Ohr und wirkt dadurch sehr dezent. Durch das geringe Gewicht eignet sich das Headset auch zum Dauer-

Das Schnurlos-Headset BW 900 von Sennheiser kann über seine Bluetooth-Schnittstelle und mit Hilfe der Basisstation gleich mit mehreren Geräten verbunden werden – egal ob Bürotelefon, Mobiltelefon oder Computer. Adaptive Intelligence ermöglicht, dass sich die Lautstärke automatisch dem Umgebungslärm anpasst.



Für das Businesstelefonat unterwegs bietet das

VMX 100 damit alle Freiheiten. Die wichtigsten technischen Neuerungen, die das VMX 100 mitbringt, betreffen die Gesprächsqualität. Die VoiceMax Dualmikrofontechnologie gewährleistet trotz der Kürze des Mikrofonarms eine

einsetz, ohne dass es den Träger stört. Design und Bequemlichkeit paart das VMX 100 mit Bedienkomfort: Dank seines dreidimensionalen Kugelgelenks passt sich das Headset optimal an den Kopf und das Ohr an.

Einfaches Handling

Das Ein- und Ausschalten des Headsets erfolgt durch das Öffnen und Schließen des Mikrofonarms. So ist es jederzeit einsatzbereit. Eine Zweiweg-Lautsprechereinheit ermöglicht das Tragen des Geräts am linken oder am rechten Ohr.

Alle Headsets verfügen über die gewohnte Klang- und Sprachqualität, die Sennheiser in der langen Erfahrung im Kopfhörer- und Mikrophon-Bereich entwickelt hat. Damit profitieren auch Businesstelefonierer von den hohen Klangstandards der Profi-Musikindustrie.

perfekte Sprachübertragung. Dabei kommen zwei Mikrofone gleichzeitig zum Einsatz, die mit Hilfe digitaler Signalverarbeitung miteinander kombiniert werden. Die Mikrofone sind genau aufeinander abgestimmt. Sie werden so gegeneinander ausgewertet, dass die Stimme deutlich gegenüber den störenden Hintergrundgeräuschen hervorgehoben wird.

„Laute Durchsagen auf Flughäfen oder Bahnhöfen, Wind und Verkehrslärm treten so in den kaum hörbaren Hintergrund. Übertragen wird ausschließlich die klare Konversation. So wird keine Zahl hinter dem Komma verschluckt und ein zweistelliger Millionenbetrag verschwindet nicht einfach in störenden Nebengeräuschen“, erklärt Stefan Grewe.

Aktiver Schutz für das Gehör

Mit der Technologie ActiveGard bietet das VMX 100 zudem einen patentierten Schutz vor plötzlichen Lautstärkespitzen zur Vermeidung eines akustischen Schocks. Das Besondere an ActiveGard ist, dass die Lautstärkespitzen nicht einfach abgeschnitten und unterdrückt, sondern komprimiert werden. Alle Inhalte bleiben damit in bester Sprach- und Klangqualität erhalten. „ActiveGard garantiert die gewohnte Sennheiser-Qualität, gepaart mit der bestmöglichen Sicherheit fürs Ohr“, erklärt Stefan Grewe.

FLX 70 – das „kleine Schwarze“

Nicht nur die Technik steht bei mobiler Telefonie im Vordergrund

– schick aussehen und zum Styling passen soll es auch. Dafür steht das FLX 70.

Trotz seiner kompakten Größe liefert es eine ausgezeichnete Sprachqualität und ist einfach im Handling. Dank innovativer Flex-Fit-Technologie lässt sich dieses Bluetooth Headset schnell und bequem am Ohr befestigen und liefert über Stunden höchsten Tragekomfort. Silikon-Adapter in drei Größen ermöglichen dabei den perfekten Sitz in jedem Ohr.

„Uns ist es gelungen, Design, Komfortmerkmale und technische Höchstleistungen im FLX 70 optimal zu verbinden“, so Grewe. Das FLX 70 ist daher mehr als nur ein Headset – es ist das passende modische Accessoire für den perfekten Auftritt.

Cool – MM 50 Headset für iPhone

Seit dem vergangenen Jahr haben Mobiltelefonnutzer ein neues Lieblingsspielzeug: das iPhone von Apple. Das Multifunktionshandy ist nicht nur zum Hingucker und Gesprächsthema im Businessalltag geworden, es ist auch der ideale Freizeitbegleiter für Musikfans. Sennheiser hat ein Headset entwickelt, das optimal auf die Eigenschaften des iPhones abgestimmt ist. Die herausragende Stereoqualität sichert das volle Musikerlebnis und macht Telefonieren zum wahren Vergnügen. Gleichzeitig schirmt das In-Ear-System den User vor störenden Umgebungsgeräuschen ab: Pures Soundvergnügen kombiniert mit höchstem Telefonkomfort. www.sennheiser.de



Im Guinness-Buch der Rekorde ist der seit 30 Jahren hergestellte Vinyl-Plattenspieler Technics 1210 MK2 als das am längsten in Folge produzierte Consumer-Electronics-Produkt der Welt eingetragen.

Mitten im Zeitalter der digitalen Musikformate mehren sich die Anzeichen für ein Comeback der Vinyl-Schallplatte. Die zunehmende Beliebtheit der bis zu 30 Zentimeter großen Scheiben von gestern, auf denen analoge Audio-Informationen in einer spiralförmig vom äußeren Rand zum Mittelpunkt verlaufenden Rille im Nadeltonverfahren gespeichert sind, lässt HiFi-Enthusiasten bereits von einer „Vinyl-Renaissance“ sprechen.

Selbst junge Musikliebhaber, die nach der Einführung der CD aufgewachsen sind, entdecken inzwischen das Flair der Vinyl-Schall-

platte. Die Zeitspanne zwischen den erfolgreichen Jahren der Langspiel-Schallplatte bis zur Gegenwart hat der noch heute unter der Panasonic Marke „Technics“ produzierte Vinyl-Plattenspieler Technics SL-1210 MK2 ohne jede Alterserscheinung überstanden. Seine Fans sind sich sicher: „Es kann nur einen geben!“

Seit 30 Jahren im Praxis-Test: Technics Direktantrieb SL-1200/1210 MK2

1981 stand die Langspielplatte aus Vinyl im Zenith ihres Erfolges. Weltweit wurden jährlich 1,14 Milliarden Alben verkauft, eines für jeden dritten Weltbürger. Monatlich kamen ungezählte Single-Scheiben

aus Vinyl mit den 20 oder 30 erfolgreichsten Titeln der Hitparaden auf den Markt. 1978 stellte der japanische Elektronik-Hersteller Panasonic unter seinem HiFi Brand „Technics“ einen direktangetriebenen Plattenspieler mit Alu-Druckguss-Gehäuse, Quarz-Controller, vibrationsschluckendem Sockel und einem massearmen Tonarm mit Kardanaufhängung vor. Der in Solid State Bauweise konstruierte Antriebsmotor mit 1,5 kg/cm Drehmoment beschleunigte den massiven Plattenteller innerhalb nur einer Viertel-Umdrehung auf Nenn-drehzahl und nahm es auch nicht übel, wenn er mit der Hand gestoppt und festgehalten wurde. Die Drehzahlen 33 1/3 und 45 RPM wurden durch eine Quarzsteuerung syn-

chronisiert und konnten um 8 Prozent hoch- oder heruntergeregelt werden (pitchen). Erhältlich war der Plattenspieler in Champagner-Silber (SL-1200 MK2) oder Schwarz (SL-1210 MK2). Wegen des außergewöhnlichen Antriebs und der hervorragenden Leistungsdaten wurde der Technics SL-1210 MK2 schnell zur „noch lebenden“ Legende. Trotz des Siegeszuges der ab 1982 erhältlichen CD-Audio fand der SL-1210 MK2 weiter Käufer, vor allem im DJ-Sektor. Dort gehören inzwischen zwei oder mehrere Technics „Zwölfzehner“ in nahezu jeder Diskothek zum Standard. Panasonic produziert den legendären Vinyl-Plattenspieler unverändert noch heute, 30 Jahre nach seiner Markteinführung. Im

Guinness-Buch der Rekorde ist der Technics 1210 MK2 als das am längsten in Folge produzierte Consumer-Electronics-Produkt der Welt eingetragen.

„60 Jahre und kein
bißchen altmodisch“:

Die Vinyl-Schallplatte

1948 wurde die von dem ungarisch-amerikanischen Physiker Dr. Peter Carl Goldmark für CBS entwickelte Vinylschallplatte der Öffentlichkeit vorgestellt. Die runde, aus Polyvinylchlorid hergestellte 20-Zoll-Scheibe mit 30,48 cm Durchmesser beendete die Ära der Schellackplatte. Im gleichen Jahr brachte Columbia, ein Label des Medien-Konzerns CBS, erste Langspielplatten (LPs) auf den Markt, unter anderem eine Aufnahme des Violinkonzerts von Ludwig van Beethoven und ein Album von Frank Sinatra. Bei der Drehzahl von 33 1/3 Upm bietet die Vinyl-Langspielplatte Platz für maximal 25 Minuten Musik. Nach dem Übergang von der Vinylscheibe zur CD wurden in Deutschland jährlich nur noch wenige hunderttausend Vinylscheiben verkauft. Konservative HiFi-Puristen und DJs hielten über zwei Jahrzehnte hinweg das Interesse an dem scheinbar veralteten Tonträger aufrecht. DJs schätzten es, die Vinylplatten zwecks Erzeugung besonderer Klangeffekte manuell abwechselnd in und gegen die Abspielrichtung bewegen zu können (zu „scratchen“). Im Verlauf einer allgemeinen Retrowelle stieg der Absatz seit 2007 wieder auf 700.000 Platten an. Für 2008 rechnet man in Europa mit rund 15 Millionen verkaufter Vinyl-Schallplatten. Amazon Deutschland listet unter „Vinyl“ schon mehr als 250.000 lieferbare Schallplatten-Titel.



IN DEN 70ERN GEBOREN UND HEUTE FASZINIEREND WIE NIE: DIE HIGH-END-KUGELBOXEN AUDIORAMA KOMMEN 2008 ZURÜCK. ZWEI TIEFMITTELTONCHASSIS UND EIN HYPERBOLISCH ABGELENKTES HOCHTONSYSTEM SORGEN FÜR NOCH SATTEREN SOUND, ABER IHR HERZ TRAGEN SIE NOCH IMMER AN DER RICHTIGEN STELLE. WWW.GRUNDIG.DE

GRUNDIG
made for you

Olympus und Panasonic stellen das neue Micro Four Thirds System vor

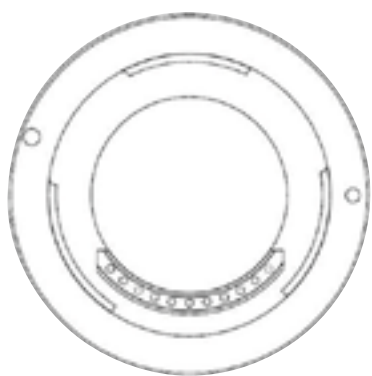
Im September 2002 hatte Olympus mit dem Four Thirds System einen neuen Kamerastandard vorgestellt. Dabei handelte es sich nicht nur um den ersten Standard, der ausschließlich für die digitale Spiegelreflexfotografie entwickelt wurde, sondern auch um die Basis für den Bau hochwertiger digitaler SLR-Kameras und -objektive mit bis dahin ungewohnter Kompaktheit. Anfang August hat Olympus gemeinsam mit dem Partner Panasonic, der sich frühzeitig dem Four Thirds Standard angeschlossen hatte, mit dem Micro Four Thirds Standard erneut einen neuen Kamerastandard angekündigt

Er soll „ungekannte Dimensionen der digitalen Spiegelreflexfotografie erschließen“, so eine gemeinsame Pressemitteilung beider Unternehmen, und „die Konstruktion kompakter und leichter SLR-Produkte wie nie zuvor“ ermög-

tert. Die Kooperationsvereinbarung beider Unternehmen sieht die Produktion von deutlich leichteren und kleineren DSLR-Kameras und -Objektiven vor.

Wachstumspotential

Hintergrund der Planungen ist die Tatsache, dass der Weltmarkt für digitale SLR-Systeme zwar stetig wächst, aber derzeit lediglich sieben Prozent des gesamten Marktes für Digitalkameras beträgt. Ein Blick auf den deutlich höheren Spiegelreflex-Marktanteil zu Zeiten der analogen Fotografie legt den Schluss nahe, dass in diesem Segment noch viel Wachstumspotential steckt. Auf der anderen Seite bieten moderne digitale Kompaktkameras mehr und mehr Ausstattung und immer bessere Bildqualität; zudem haben aktuelle Marktanalysen ergeben, dass viele Käufer zu digitalen Kompaktkameras greifen, weil sie SLR-Modelle für „zu groß, zu schwer und zu kompliziert“ halten. Olympus und Panasonic haben diesen Markttrend schon früh erkannt und mit den kompakten Produkten des Four Thirds Systems innovative Funktionen



Im neuen Micro Four Thirds Standard finden sich elf statt neun Kontakte im Four Thirds System.

wie Live View oder Kontrast-Autofokus in das digitale SLR-Segment eingeführt. Und mit der Olympus E-420 ist in diesem System beispielsweise eine der kleinsten SLR-Kameras überhaupt auf den Markt gekommen, die bewiesen hat, wie sich kompakte

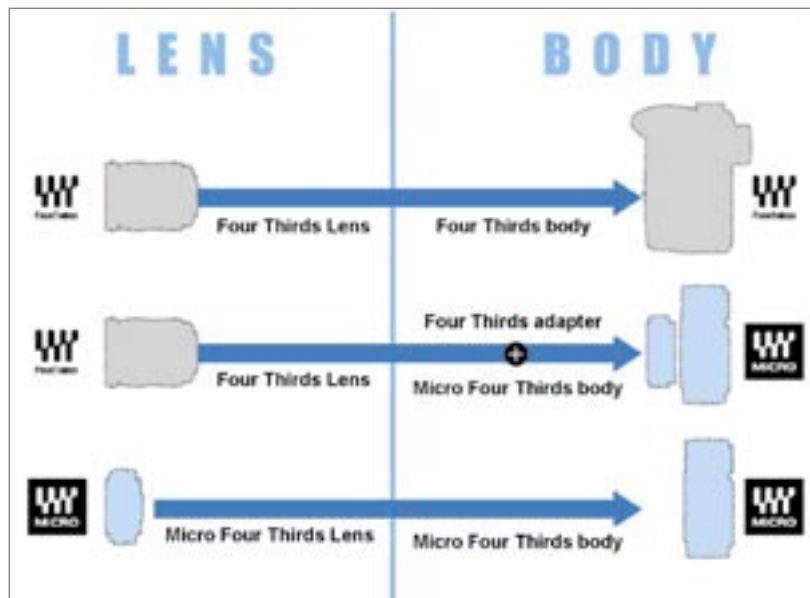


Bild oben: Durch das neue Micro Four Thirds System sollen die Hersteller in die Lage versetzt werden, erheblich kleinere Kameras und Objektive zu bauen als im Four Thirds System. Bild unten: Die Kürzung des Aufmaßes auf die Hälfte ist eines der maßgeblichen Kriterien des neuen Standards.

Baugröße und modernste digitale Fototechnik vereinen lassen.

Mit dem Micro Four Thirds Standard heben die beiden Unternehmen das Four Thirds System gemeinsam auf eine neue Entwicklungsstufe und machen den Weg frei für radikal kleinere und leichtere SLR-Produkte. Micro Four Thirds unterscheidet sich vom bisherigen Four Thirds Standard hauptsächlich durch die drei folgenden Eigenschaften:

- ein rund 50 Prozent kürzeres Aufmaß (Abstand Bajonett-Sensor)
- einen um sechs mm kleineren äußerer Bajonett Durchmesser
- die Erweiterung der elektrischen Kontakte zwischen Kamera und Objektiv von neun auf elf.

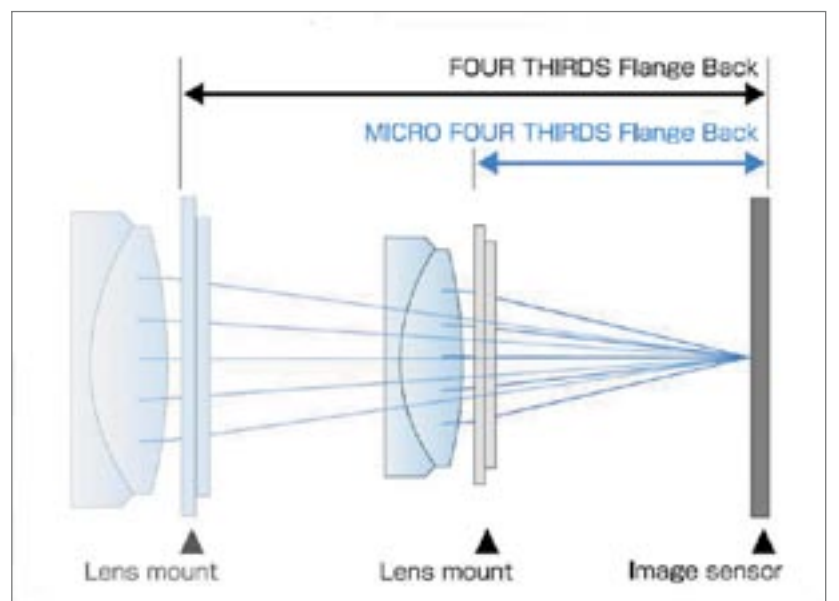
Trotz dieser Veränderungen verwenden beide Systeme Aufnahmesensoren identischer Größe.

Kompakte Produkte

Micro Four Thirds kombiniert also höchste Abbildungsleistungen mit den Vorteilen des 4/3-Sensors in deutlich kompakteren Kameragehäusen. Außerdem macht das neue System wesentlich kleinere Objektivkonstruktionen möglich, vor allem im Weitwinkel- und Superzoom-Bereich. Schon das bestehende Four Thirds System zeichnet sich durch außergewöhnlich kompakte Produkte aus – Micro Four Thirds führt diesen Weg fort und erlaubt die Entwicklung von ultrakompakten Kameras und Objektiven auf einem bisher nicht gekannten Niveau. Der neue Standard sieht zudem eine größere Zahl von elektrischen Kontakten zwischen Kamera und Objektiv vor, das

Bere Anzahl von Kontakten zum einen der Weiterentwicklung der Live View Funktion zugute komme, zum anderen das Problem lösen soll, dass in Kameras des neuen Systems kein klappbarer Spiegel mehr benutzt wird – wie sonst bei SLR-Kameras üblich.

Mithilfe eines Adapters können Fotografen ihre vorhandenen Four Thirds-Objektive an den Gehäusen des neuen Micro Four Thirds Systems anschließen. Olympus und Panasonic haben für die Zukunft die parallele Entwicklung von Technologien und Produkten für beide Systeme, Four Thirds und Micro Four Thirds, angekün-



macht völlig neue Funktionen und einzigartige Ausstattungsmerkmale in naher Zukunft möglich. Bislang wurde allerdings nur bekanntgegeben, dass die grö-

dig. Es wird erwartet, dass sich weitere Hersteller dem neuen Standard anschließen werden.

www.olympus.de/www.panasonic.de/www.four-thirds.org/en/microft/

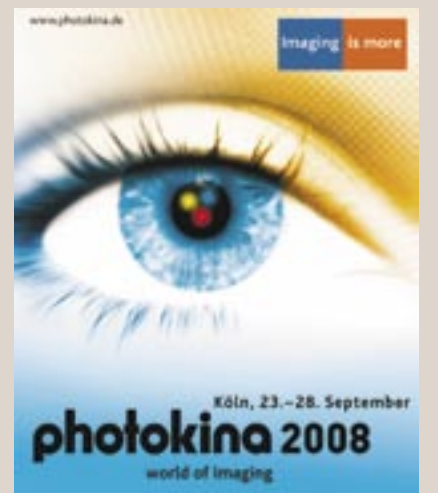
Neue Zielgruppen

Als Zielgruppe sehen Olympus und Panasonic vor allem Fotografen mit dem Wunsch nach maximaler Kompaktheit und zugleich höchster Abbildungsleistung ihrer Fotoausrüstung. Dies könnten beispielsweise die Nutzer von kompakten Sucherkameras sein, die bei etwa gleicher Baugröße ein Plus von Funktionen und Möglichkeiten nutzen wollen, es könnten aber auch Spiegelreflexfotografen sein, die ein kompakteres System als Zweitausrüstung suchen.

Beide Partner wollen gemeinsam Technologien und Produkte für das innovative System entwickeln, das die Vorteile des Four Thirds Standards für digitale Spiegelreflexkameras und Wechselobjektive um neue Dimensionen bei Kompaktheit und Gewicht erwei-

Unterwasserfotografie live auf der photokina

Unter dem Titel „Underwater Imaging World at photokina“ werden die Besucher der photokina in Halle 5.1 erstmals eine erlebnisorientierte, über 250 m² große Unterwasserwelt vorfinden, auf der das Thema Unterwasserfotografie in seiner ganzen Faszination präsentiert wird. Neue und bekannte Unternehmen aus dem Bereich Unterwasserfotografie präsentieren gemeinsam aktuelle Trends zu diesem Thema. Auf einer Showbühne berichten Experten täglich über ihre Erfahrungen mit der Unterwasserfotografie und geben Tipps. Kameras können von den Besuchern in einem Becken getestet werden. Hobbytaucher, die bereits erste Erfahrungen in diesem Bereich gemacht haben, können ihre Bilder von internationalen Unterwasserfotografen wie Todd Essick und Steve Jones beurteilen lassen. Ergänzt wird das Angebot der Underwater Imaging World durch Vorträge, Filme und Fotoshows, in denen Profis der Szene handfeste Hilfestellung geben.



www.photokina.de

General Imaging kommt mit GE Kameras zur photokina Ein Newcomer stellt sich vor

Es ist noch gar nicht so lange her, da stand der Name General Electric für die unterschiedlichsten Produkte – aber nicht für Digitalkameras. Das hat sich im Jahr 2007 geändert, als das von ehemaligen Topmanagern der Fotobranche neu gegründete Unternehmen General Imaging Lizenznehmer des Namens General Electric wurde und seitdem als weltweit exklusiver Distributor von Digitalkameras der Marke General Electric auftritt. Seit einigen Monaten stehen diese Kameras, die prinzipiell nur das Kürzel GE tragen, auch dem Handel in Deutschland zur Verfügung.

Einen Überblick über das aktuelle Produktportfolio, das Konzept hinter den Geräten und die Möglichkeiten einer Zusammenarbeit gibt General Imaging auf der photokina in Köln, die am 23. September beginnt. Dort wird sich das Unternehmen auf einem rund 1.000 m² großen Stand in Halle 5.1 präsentieren.

Zum Besuch des Standes eingeladen sind alle Fachhändler, die ihr Portfolio um die Marke GE erweitern wollen. Dass sich das



Manfred Birrong ist als Verkaufsleiter für die Aktivitäten von General Imaging/GE in Deutschland verantwortlich.

lohnern kann, zeigen unter anderem die Tatsachen, dass GE Kameras technisch auf der Höhe der Zeit sind, erstaunlich hohe Ertrags-

chancen bieten und aufgrund des derzeit noch geringen Marktanteils eine Preissicherheit mit sich bringen, die die im Wettbewerb stehenden Mainstream-Marken nicht aufweisen.

Händler-Happy-Hour

Alle Händler, die während der offiziellen Messe-Öffnungszeiten nicht genügend Zeit für einen Besuch auf dem Stand von General Imaging finden, lädt das Unternehmen an den ersten drei photokina-Tagen von 18:00 bis 19:00 Uhr zu einer „Happy Hour“ ein. In dieser Zeit können sich die Gäste dann in gemütlicher Runde und bei einem Imbiss über die Produkte und das dahinterstehende Konzept informieren. Für die Betreuung der Endkunden auf der Messe stehen geschulte Mitarbeiter an Beratungsinselfertig, die alle Produkte mit ihren vielseitigen Funktionen erklären. Für den Fachbesucher gibt es einen abgeschlossenen Händlerbereich, in dem die General Imaging Vertriebsmannschaft, verstärkt durch Mitarbeiter aus dem Salesteam von S & M Rehberg,

mit Rat und Tat zur Seite stehen. Die Vertriebsmitarbeiter von S & M Rehberg sind auch nach der Messe für die flächendeckende Betreuung zuständig.

Breites Sortiment

Das Sortiment von General Imaging besteht derzeit aus zehn Kameramodellen für unterschiedlichste Anwenderbedürfnisse. Die unverbindlichen Verkaufsempfehlungen dieses Portfolios bewegen sich zwischen zirka 120 und knapp 270 Euro (denen Händler-Netto-Einkaufspreise zwischen 89,95 Euro und 199,95 Euro gegenüberstehen) für das mit einem Plus X Award für Innovation und Bedienung ausgezeichnete Topmodell E1050. Damit



Auf einem rund 1.000 m² großen Stand in Halle 5.1 des Kölner Messegeländes präsentiert das Unternehmen General Imaging während der photokina sich und sein Produktportfolio von GE Kameras.



Informationen zum Unternehmen General Imaging und zu den GE Digitalkameras findet man unter anderem (auf englisch) im Internet unter der Adresse www.ge.com/digitalcameras.

bietet das vorhandene Sortiment schon jetzt in jedem Fall eine hervorragende Alternative für Foto- und GE-Händler, die auf der Suche nach Produkten sind, die bislang

noch nicht im Fokus der Verbraucher und damit auch nicht im unmittelbaren Wettbewerbsvergleich stehen. Und die ambitionierten Pläne des Unternehmens lassen erwarten, dass demnächst weitere attraktive Geräte auf den Markt kommen.

Hohe Produktqualität

Dass GE Kameras trotz ihrer üppigen technischen Ausstattung eine erfreulich hohe Marge bieten, können die Händler der Unternehmensphilosophie verdanken. „Wenn man als Neueinsteiger in einem so hart umkämpften Markt wie dem Digitalkameramarkt Erfolg haben will, dann muss man sich für einen von zwei Wegen entscheiden: Entweder man geht über den Preis, um Marktanteile und Bekanntheit zu gewinnen, oder man setzt auf hohe Qualität. GE hat sich für die Qualitätsvariante entschieden und damit bislang weltweit sehr großen Erfolg erzielt“, betonte Manfred Birrong, GE Verkaufsleiter Deutschland.

„Wir sind eine Premiummarke und erzielen mit unseren Kameras wettbewerbsfähige Preise.“ Die Sicherung einer durchgehend hohen Produktqualität ist eine der Trumpfkarten von General Imaging. Hinzu kommt die Fähigkeit, neueste technologische Entwicklungen schnell zu integrieren.

Ungewohntes Konzept

So basieren das hervorragende Preis-/Leistungsverhältnis und die Möglichkeit für den Händler, einen erfreulichen Rohertrag zu erwirtschaften, auf einem einfachen, aber für viele Technikhändler immer noch ungewohnten Produktkonzept: Das gesamte GE Sortiment zeichnet sich durch eine klare Linie und Struktur aus. Alle GE Kameras warten mit einer einheitlichen Bedienerführung und einer Vielzahl identischer Ausstattungsmerkmale auf.

www.ge.com/digitalcameras

Kostenfreie Hotline für Endkunden

Groß geschrieben wird bei General Imaging auch das Thema Service: Das Unternehmen hat eine für den Anrufer kostenfreie Hotline (0800-GEphoto bzw. in Ziffern 0800-4374686) eingerichtet, die jedem Besitzer einer GE Kamera bei technischen Fragen oder Problemen hilft. Für den Fall, dass die Hotline nicht helfen kann, wird dem Kunden ein Austausch der Kamera innerhalb 48 Stunden angeboten.



General Imaging vertreibt GE Kameras in den drei Produktlinien A (beispielsweise die GE A 735, oben links, für das Einstiegssegment), G (beispielsweise die G2, oben rechts, für designorientierte Nutzer) und E (beispielsweise die E 1050, unten, für den Premiumbereich). Alle Modelle, und das ist eines der wesentlichen Unternehmenskonzepte, werden mit einer Vielzahl identischer Ausstattungsmerkmale, einem einheitlichen Bedienkonzept und in verschiedenen Farbvarianten angeboten. So bieten vom preiswerten Sieben-Megapixel-Einstiegsmodell bis zum Zwölf-Megapixel-Topmodell alle Geräte Features wie Gesichts-, Lächel- und Blinzelserkennung, Bildstabilisator, Monitor mit automatischer Helligkeitsanpassung und eine Panoramafunktion. Die bestehenden Preisunterschiede erklären sich durch die weiteren Ausstattungsmerkmale der einzelnen Modelle. Hier ergeben sich Unterschiede vor allem bei Pixelzahl und Größe des Sensors, bei der ISO-Empfindlichkeit und der Kapazität des internen Speichers. Und das mit einem Plus X Award ausgezeichnete Topmodell GE E 1050 zeichnet sich sogar durch einen berührungsempfindlichen Drei-Zoll-Monitor, ein 28-mm-Weitwinkelzoom, das Edelstahlgehäuse sowie HDMI-Videoaufnahme und -Wiedergabe direkt aus der Kamera ohne Zusatzgeräte aus.



Samsung: Bluetooth-Zubehör für Next-Generation-Handys

Angriff im Premium-Segment

Mit zwei neuen Mobiltelefonen läutet Samsung die Ära der Touchscreen-Multifunktionsgeräte ein. Verarbeitung, Funktionsumfang und ein neues Bedienkonzept machen den Umgang mit dem F480 und dem Omnia (i900) zum Vergnügen. Ein umfangreiches Bluetooth-Zubehörprogramm ergänzt die Einführung der neuen Handygeneration.

Das herausragende Merkmal der neuen Mobiltelefone von Samsung ist ihre „Touchwiz“-Benutzerschnittstelle. Sie ermöglicht es dem Anwender, das Mobiltelefon mit individuellen und personalisierten Widgets, kleinen Anwendungsprogrammen, ganz nach seinen Bedürfnissen einzurichten.

Bedienung per Touchscreen

Mit leichtem Fingertipp gewährt sowohl das SGH-F480 als auch das SGH-i900 Omnia über die schnelle und einfache „Drag and Drop“-Funktion umgehend Zugang zu den gewünschten Funktionen. Eine breite Auswahl von Widgets wie etwa Uhrzeit, MP3-Player, Radio oder auch weitere persönliche Elemente wie Fotos oder Geburtstags-Reminder können, ganz nach persönlichem Geschmack, via „Drag and Drop“ auf dem Bildschirm platziert werden. Das Touchscreen-Handy bestätigt die mit leichtem Fingertipp getätigten Anweisungen durch zarte Vibrationen.

Mit dem Omnia hat Samsung sein Ziel erreicht, ein innovatives Premium-Gerät in den Markt einzu-

führen, das Funktionalität, Design, Bedienerfreundlichkeit und Entertainment in sich vereint. Das SGH-i900 Omnia bietet seinem Besitzer Office-Funktionen sowie Unterhaltung auf höchstem Niveau und sorgt für optimale Verbindung. „Omnia“ heißt auf Lateinisch „alles“. Mit Business-Anwendungen, umfassenden Multimedia-Möglichkeiten und einem innovativen Design wird das neue Smartphone seiner Bezeichnung gerecht. Neben einer 5-Megapixel-Kamera sind unter anderem ein integriertes GPS-Modul und HSDPA 7,2 Mbit/Sek. mit an Bord. Der interne 8 GByte große Speicher kann mittels MicroSD-Speicherkarte bei Einsatz einer 8 GByte-Karte verdoppelt werden.

Stark mit 5-Megapixel-Kamera

Das SGH-F480 ist mit einem 240 MByte umfassenden Musik-Speicher versehen, ist kompatibel zu Speicherkarten mit einer Größe bis zu 8 GB, verfügt über ein UKW-Radio und ist mit einer 5-Megapixel-Kamera mit Autofokus und umfangreichen Kamerafunktionen ausgestattet. Darüber hin-



aus hat Samsung das SGH-F480 mit HSDPA 7,2 MBit/s und USB 2.0 ausgestattet und erlaubt damit den schnellen Download und Datentransfer.

Umfangreiches Zubehörprogramm

Passend zu den neuen Premium-Mobiltelefonen bringen die Koreaner auch das entsprechende Zubehör auf den Markt. Mit den drei neuen Bluetooth-Headsets (WEP-250, WEP-350 und WEP-700) steht für jeden Geschmack und jede Anforderung das passende Headset zur Verfügung. Das WEP-250 überzeugt vor allem durch sein besonders gutes Preis-/Leistungsverhältnis. Zu einem Preis von nur 29 Euro erhält der Käufer ein Bluetooth-Headset, das mit 10 Gramm nicht nur leicht, sondern dank abnehmbarer Ohrbügel auch angenehm zu tragen ist. Das WEP-350 ist mit einem Gewicht von nur 7,1 Gramm und

Mit den neuen High-End-Smartphones SGH-F480 und SGH-i900 Omnia sowie umfangreichem Bluetooth-Zubehör will Samsung die Kunden begeistern. Mit Hilfe der TouchWiz-Software und neuester Touchscreen-Technologie ist eine vollkommen neue Bedieneroberfläche entstanden.

einer Tiefe von nur 5,1 Millimetern (ohne In-Ear) ein zuverlässiger Begleiter. Über die elegante Ladeschale wird das Headset bequem geladen. Neben Soul-Grey ist das WEP-350 auch in exklusivem Schwarz und modernem Rot für 55 Euro verfügbar.

Das WEP-700 bietet Echo- und Rauschunterdrückung bis zu 20 db über die Dual-Mikrofon-Technologie, automatische Lautstärkeregelung und neueste Bluetooth-Technologie. Es passt sich ständig wechselnden Umgebungsgeräuschen automatisch an und ermöglicht so eine optimale Verständigung. Das WEP-700 ist für 65 Euro erhältlich.

Wer unterwegs mehr Sound möchte, greift auf das Lautsprecher-ASP-800S oder die Soundstation YA-BS300 zurück. Mit der YA-BS300 wird das Handy zur Musikanlage. Über Bluetooth

wird das A2DP-fähige Samsung-Handy gekoppelt, und schon kann die Party beginnen. Kommt währenddessen ein Anruf herein, fungiert das YA-BS300 als mobiler Freisprecher. Weitere Audiogeräte können über den 3,5-mm-Klinkeanschluss angedockt werden.

Kfz-Kit

Die Bluetooth-Plug-in-Kfz-Freisprecheinrichtung HKT rundet das neue Zubehörprogramm ab. Einfach in den Zigarettenanzünder im Auto gesteckt und mit dem Telefon über Bluetooth gekoppelt, stehen dem Fahrer alle Möglichkeiten des mobilen Telefonierens auch im Auto zur Verfügung. Die Qualität der Gesprächsübertragung wird durch die DSP-Technologie zur Echo- und Rauschunterdrückung gewährleistet. Die HKT-400 kostet 69,- Euro.

www.samsung.de

TechniSat: Weltempfänger und LCD-TV

Festplatte inklusive

Mit neuen HDTV-Displays aus deutscher Fertigung startet TechniSat zur IFA sein neues CE-Portfolio.

Gleichzeitig stellt das Unternehmen einen neuen universellen Weltempfänger für den Empfang digitaler und analoger Programme vor.

Die ersten Geräte der neuen HDTV 40 Serie liefert TechniSat noch kurz vor der IFA an den Handel aus. Mit 102 cm Bildschirm-diagonale, einem neuentwickelten Dual-HDTV-Multituner sowie integrierter Festplatte (250 GB; für Aufnahmen von HD- und SD-Fernseh- sowie Radioprogram-

men) ist der HDTV 40 eine vollständige Medienzentrale. Mit dem Dual-HDTV-Multituner können Fernsehprogramme in SD- und HD-Qualität empfangen werden. Dabei spielt der Übertragungsweg keine Rolle: Es sind gleich Tuner für alle Übertragungswege eingebaut. Neben einer aus-

Der HDTV 40 ist mit integrierter 250 GByte-Festplatte sowie einem Dual-HDTV-Multituner ausgestattet, der sowohl digital/analoge Kabel-, DVB-T- und SAT-Programme empfängt. Entwicklung und Herstellung des HDTV-Displays finden in Deutschland statt.



gefeilten Technik und guten Bildqualität legt TechniSat besonderen Wert auf eine einfache Handhabung seiner LCD-TV Geräte. Entwickelt wurde der HDTV 40 bei TechniSat Digital GmbH in Dresden, die Produktion findet im Produktionswerk TechniSat Teledigital AG in Staßfurt statt.

Mit dem neuen TechniSat Multy-Radio bringt TechniSat einen universellen Weltempfänger auf den Markt, der nicht nur analoge Empfangstechniken wie

UKW/MW/LW/KW-Tuner unterstützt, sondern diese zusätzlich mit deren digitalen Nachfolge-



Der TechniSat MultyRadio ist ein universeller Weltempfänger für digitalen und analogen Rundfunkempfang. Über den integrierten SD-Kartenleser kann das MultyRadio um SD/MMC-Speicherkarten erweitert werden, wobei das System auch Musik im MP3- oder WMA-Format (Windows Media Audio) wiedergibt.

standards DAB (Digital Audio Broadcast) und DRM (Digital Radio Mondiale) verbindet. Ausgestattet mit Multifunktionsfunktionen wie zum Beispiel der Aufzeichnung und Wiedergabe digitaler Radiosendungen oder Musik im MP3-Format über einen integrierten Kartenleser für handelsübliche

MMC/SD-Speicherkarten, verbindet das MultyRadio herkömmlichen Radioempfang elegant mit aktueller Digitaltechnik. Ein blaues LC-Display an der Frontseite zeigt Sende- und Titel-Informationen und dient zur Darstellung des übersichtlichen Onscreen-Menus.

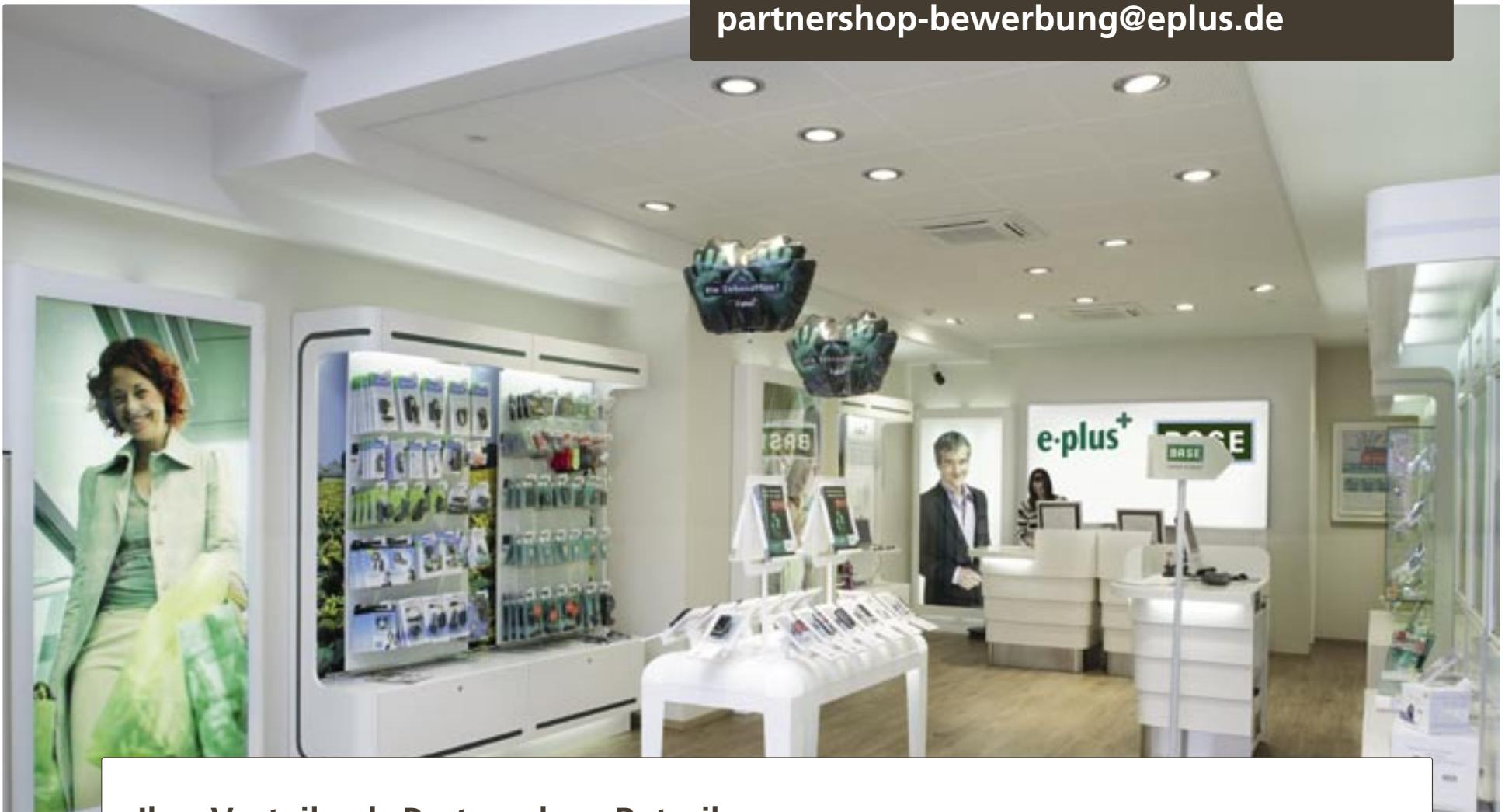
www.technisat.de

Bereit für neue Herausforderungen?

DIE E-PLUS GRUPPE SUCHT MOTIVIERTE UNTERNEHMER ALS PARTNERSHOP-BETREIBER.

Sie möchten Teil eines erfolgreichen Geschäftsmodells werden, bei dem beide Seiten voneinander profitieren? Dann sind Sie bei uns genau richtig! Werden Sie selbständiger E-Plus Partnershop-Betreiber und profitieren Sie von attraktiven Vorteilen. Wir setzen auch in Zukunft auf gute Partnerschaft und gemeinschaftliches Agieren am Markt.

Schicken Sie Ihre Bewerbung per E-Mail an:
partnershop-bewerbung@eplus.de



Ihre Vorteile als Partnershop-Betreiber:

- Fixe und lukrative Margen je nach Tarifklassen sowie zusätzliche Provisionen
- Individuelles Standortbewertungs-Modell zur Überprüfung optimaler Immobilien
- Hochwertige Ladenausstattung und Shop-Mobiliar
- Kostenlose, individuelle Marketing-Maßnahmen zur Shop-Eröffnung
- Die Einbindung in bundesweite Werbekampagnen
- Kompetente Betreuung durch Ihren persönlichen E-Plus Vertriebsbeauftragten
- Regelmäßige Produkt- und Vertriebstrainings mit unseren Professionals

Interview mit Egon Minar, Vorstand Sales and Marketing bei Navigon

„Innovationskraft ist unsere Stärke“

In den vergangenen Jahren hat Navigon im Bereich der mobilen Navigation immer wieder mit spektakulären Innovationen auf sich aufmerksam gemacht. Auch die drei neuen Modelle, die zur IFA 2008 vorgestellt werden, überzeugen wieder durch ihre hohe Produktqualität und State-of-the-Art-Technik. PoS-MAIL sprach mit Egon Minar, Vorstand Sales and Marketing bei Navigon, über das Unternehmen, seine Stellung im Markt und die Zusammenarbeit mit dem Handel.

PoS-MAIL: Herr Minar, seit Anfang Juni verantworten Sie bei Navigon Vertrieb und Marketing – Bereiche, in denen Sie bereits vielfältige Erfahrungen gesammelt haben. Wie unterscheiden sich die Navigationsbranche im allgemeinen und Navigon im speziellen von Ihren bisherigen Tätigkeitsbereichen und Arbeitgebern?

Egon Minar: Die Consumer Electronics Branche kenne ich bereits seit vielen Jahren sehr gut. Der Markt ist schnell und wandelt sich fast täglich. Das gilt ganz besonders für die Navigationsbranche. Dieser Sektor ist einer der am schnellsten wachsenden Bereiche in der CE-Branche, in immer kürzerer Zeit kommen immer bessere Navigationsgeräte auf den Markt. Allein Navigon entwickelt in diesem Jahr sieben neue Geräte – drei zukünftige Produkte werden jetzt auf der IFA vorgestellt: der Navigon 1200/1210, der Navigon 2200/2210 und der Navigon 7210. Das zeigt, wir können im Navigationsmarkt jedes Tempo mitgehen und überzeugen immer wieder neu mit professioneller Qualität – kombiniert mit einer einzigartigen Optik. Zusammengefasst: Ich bewege mich seit einigen Monaten in einem der spannendsten Bereiche der Consumer Electronics Branche – und genieße es von Tag zu Tag mehr.

PoS-MAIL: Wo steht Navigon derzeit im Markt der mobilen Navigation?

Egon Minar: Zur Zeit sind wir weltweit die Nummer drei, wenn es um das Thema Software für Mobile Car Navigation geht. Heute vertrauen über 5,5 Millionen Nutzer auf unsere Geräte und unsere Software. Tendenz steigend. Die Marke Navigon steht überall, wo wir den Markteintritt bereits hinter uns haben, für Technik und Design in Perfektion. Jetzt arbeiten wir daran, neue Länder für uns zu

erschließen. Ab September sind wir mit kyrillischer Schrift in Russland präsent. In Australien planen wir den Markteintritt in den kommenden Wochen, und in Griechenland sind wir bereits jüngst sehr erfolgreich gestartet.

PoS-MAIL: Wo liegen die speziellen Stärken des Unternehmens?

Egon Minar: Unsere Innovationskraft ist unsere größte Stärke. TMC für Navigationsgeräte, Reality View, die Garantie auf das aktuellste Kartenmaterial nach



Egon Minar

dem Kauf – alles Funktionen und Services, die wir als erste eingeführt haben. Neue Geräte wie der Navigon 2150 max verfügen mit Bluetooth, Text-to-Speech, dem Fahrspurassistenten Pro und Reality View Pro über die besten Navigationsfunktionen, die der Markt derzeit zu bieten hat – zu einem exzellenten Preis-/Leistungsverhältnis, versteht sich. Mit dem neuen Navigon 1200/1210 und dem Navigon 2200/2210 besetzen wir ab Ende September auch das Einstiegssegment mit zwei ausgezeichneten Produkten. Mit dem Online-Portal Navigon Fresh geben wir jedem die Möglichkeit, interessante Zusatzfunktionen zusätzlich auf seinem Navigationsgerät zu speichern oder bestehende Services – wie aktuellstes Kartenmaterial mit Navigon FreshMaps – zu aktualisieren. So

wird aus unseren Navigationssystemen ein auf die individuellen Bedürfnisse der Verbraucher zugeschnittener Lotse. Abgesehen von technischen Features überzeugen unsere Pfadfinder auch durch ein besonderes Design. Der neue Navigon 7210 zum Beispiel ist vollkommen rahmenlos und hat deshalb den international begehrten red dot Design Award 2008 gewonnen. Eine schöne Bestätigung für unsere tägliche Arbeit.

PoS-MAIL: Wie wichtig ist der Fachhandel für den Verkauf von Produkten der mobilen Navigation?

Egon Minar: Ohne den Fachhandel wäre unser Erfolg nicht möglich. Deshalb tun wir alles, um unsere Partner umfassend zu unterstützen. Schließlich sind sie für Konsumenten, die sich für die Welt der mobilen Navigation interessieren, die ersten Ansprechpartner. Bei ihnen fällt die Kaufentscheidung.

PoS-MAIL: Wie sehen die Unterstützungsmaßnahmen von Navigon für den Handel aus?

Egon Minar: Ein aktuelles Beispiel: Seit Juni ist unser neues Partnerportal online. Hier bündeln wir unser gesamtes Angebot für den Handel auf einer einzigen Internet-Plattform. Konkret finden unsere Partner hier verkaufsunterstützendes Material für den Point of Sale, allgemeine Informationen zu allen Produkten und eine umfangreiche Bildgalerie mit Fotos und Testsiegerlogos. Darüber hinaus laden wir den Handel regelmäßig zu „Virtual Classrooms“ ein. Für kurze Schulungen oder ausführliche Besprechungen ist das aus unserer Sicht die perfekte Alternative zur klassischen Telefonkonferenz. Während des Gesprächs können alle Beteiligten auf verschiedene Multimedia-Inhalte zugreifen – einfach und europaweit.

PoS-MAIL: Welche Rolle spielt Ihrer Meinung nach das Internet für die Branche, also sowohl für die Produkte selbst als auch für die Möglichkeit ihrer Vermarktung?

Egon Minar: Gerade für die Zusammenarbeit mit dem Handel ist unser Partnerportal ein ideales



Auf speziellen Microsites, die Navigon für verschiedene Produkte eingerichtet hat, können sich Interessenten ausführlich informieren.

Beispiel für die Möglichkeiten, die das Web 2.0 bietet. Damit sind die Möglichkeiten des Internets allerdings noch lange nicht ausgeschöpft. Im Rahmen unserer neuen Online-Gesamtstrategie präsentieren wir eine Auswahl unserer Geräte mit eigenen, aufwendig gestalteten Internetseiten.

Wir wissen, dass die Kaufentscheidung heute maßgeblich durch das Internet beeinflusst wird. Deshalb zeigen wir mit unseren Online-Auftritten nicht nur die

zentralen Funktionen der Geräte, sondern veranschaulichen sie in Kurzfilmen. Wer einmal auf unseren Microsites unter www.navigon2110max.com oder www.navigon8110.com landet, bleibt dort. Hohe Verweilzeiten beweisen, dass sich die Konsumenten hier intensiv mit uns auseinandersetzen – mit unseren Produkten und mit der Marke Navigon.

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

www.navigon.de

Neue Navigon Navigationsgeräte zur IFA 2008

Am Navigon Stand auf der IFA sind neben den bekannten auch verschiedene neue Geräte zu sehen. Darunter der Navigon 1200/1210, der alles mitbringt, was der Nutzer für die Fahrt von A nach B braucht. Der aktuelle Fahrspurassistent Pro sorgt für mehr Übersicht und zeigt vor dem Abbiegen an mehrspurigen Kreuzungen die optimale Fahrbahn auf dem 3,5-Zoll-Display an. „Reality View Light“ stellt Autobahnabfahrten realitätsnah dar. Neben zwei Millionen eingespeicherten Sonderzielen können die Nutzer ab sofort auch ihre eigenen Favoriten namentlich und mit einem Extra-Icon gekennzeichnet im Kartenmaterial hinterlegen. Der neue Navigon 2200/2210 fällt zunächst durch sein edles Design mit einem über das Gehäuse laufenden Chromrahmen auf. Dank neuer Software werden die Routen schneller berechnet und Text-to-Speech sorgt für noch präzisere Navigationsansagen. Neue Funktionen wie die Notfall-Hilfe runden das Repertoire des Navigon 2200/2210 ab.





TK



E-Plus schaltet die überarbeitete Website frei

E-Plus hat Anfang August den Web-auftritt überarbeitet. Die neue Website des Unternehmens präsentiert sich übersichtlicher, im modern-transparenten Design und kundenorientiert. Zum Start der überarbeiteten Homepage hielt E-Plus zudem bis zum 18. August ein exklusives Online-Angebot mit deutlich gesenkten Paketpreisen des Tarifs Time & More All in Web Tarifs bereit.

Auf der neuen Website gehen die drei Hauptbereiche „Beratung & Kauf“, „Kunden & Service“ und „Unterhaltung & Dienste“ in ihren Strukturen von den Bedürfnissen der Nutzer aus und führen sie von der Startseite aus direkt ans Ziel. Unter „Beratung & Kauf“ sind die einzelnen E-Plus Tarife und die Tarifooptionen für Neukunden überschaubar und informativ dargestellt. Bei der Auswahl des Handys unterstützen Filterfunktionen und Empfehlungen. Dabei sind das Tarif- und Handyangebot nutzerfreundlich miteinander verbunden. Der Bereich „Kunden & Service“ ist Ausgangspunkt für alle Kundenfragen und -anwendungen. Wenn es um Themen wie die Vertragsverlängerung, Prä-

mien für das Werben von Kunden oder die Online-Rechnung geht, hat der E-Plus Kunde hier alles auf einen Blick und wird zu den gewünschten Informationen weitergeleitet. Informationen und attraktive Multimedia-Dienste rund ums Handy finden sich unter „Unterhaltung & Dienste“. Von Musik-Downloads über Klingeltöne bis zu Handygames präsentiert e-plus unlimited sein vielfältiges Content-Angebot.

www.eplus.de

„travel&talk“-Tarif von E-Plus und Air Berlin

Air Berlin und E-Plus präsentieren ihr Mobilfunkangebot für Air Berlin Kunden ab sofort unter dem Namen „travel&talk“. Der neue Produktname soll den Vorteil der Kooperation zwischen der Fluggesellschaft und ihrem Premium Partner E-Plus in den Mittelpunkt stellen: doppelte preiswerte Mobilität aus der Hand eines Anbieters. Unter dem Motto „EU-weit günstig mobil“ fliegen Kunden mit Air Berlin nicht nur günstig ins EU-Ausland, sondern telefonieren auch günstig nach Hause. So kostet die Gesprächsminute bei travel&talk Prepaid innerhalb der EU 39 Cent. Kurznachrichten aus den EU-Ländern

kosten 20 Cent pro SMS. travel&talk Prepaid gibt es für 20 Euro inklusive zehn Euro Startguthaben auf www.airberlin.com oder direkt an Bord der Air Berlin Flugzeuge. Zusätzlich erhält jeder Kunde beim Kauf seiner travel&talk Prepaidkarte 500 Prämienmeilen für das airberlin topbonus Programm. Kunden, die einen Vertragstarif bevorzugen, bietet die Postpaid-Variante von travel&talk einen speziellen Bonus: Im August profitieren sie von 20.000 Prämienmeilen im Wert eines Hin- und Rückfluges innerhalb der EU. Mit travel&talk telefonieren Vertragskunden innerhalb der EU für 20 Cent pro Minute nach Deutschland. Dazu fällt ein Verbindungspreis von 75 Cent pro Gespräch an. SMS in die Heimat kosten 20 Cent. Für Telefonate innerhalb Deutschlands zahlen Vertragskunden zehn Cent pro Minute, ebensoviel kostet eine SMS.

www.eplus.de

Problemlos mehrere Handys gleichzeitig nutzen

freenet-mobilcom bietet seinen Kunden jetzt eine Lösung für die gleichzeitige Nutzung mehrerer Mobilfunkgeräte. Mit der MultiSIM von T-Mobile beziehungsweise Multicard von O₂ können freenet-mobilcom Kunden parallel auf bis zu drei Handys telefonieren, surfen und mailen. Das Umstecken der SIM-Karte oder ein Zweitvertrag sind dazu nicht länger erforderlich. Die Karten werden einfach in vorhandene Endgeräte eingesteckt und können ohne weitere Konfigurationen genutzt werden. Telefoniert wird auf allen zugebuchten Karten zum bekannten Mobilfunktarif. Zur Übersicht gibt es die Mobilfunkrechnung gesammelt für alle SIM-Karten. Grundsätzlich stehen den Kunden die SMS- und MMS-Dienste auf jeder Multi-SIM von T-Mobile beziehungsweise der Multi-Card von

Brightpoint erstmals mit eigenem Stand auf der IFA

Brightpoint stellt auf der IFA zum ersten Mal mit einem eigenen Stand aus. In Halle 9 (Stand 207) erwarten den Besucher neueste Mobilfunk-Produkte aller Hersteller sowie die aktuellsten Entwicklungen in der Dienstvermarktung von T-Mobile, HTC, Nokia, Samsung, Motorola, Sony Ericsson, LG, Sonim und Elson auf dem Brightpoint-Stand vertreten. Im Außenbereich des 400 m² großen Stands hat jedes Partnerunternehmen seinen eigenen Ausstellungs-bereich, der sowohl für die Händler- als auch für die Endkundenansprache gedacht ist. Zudem ist ein geräumiger Innenbereich ausschließlich für den Austausch und geschäftliche Termine mit Händlern vorgesehen. „Business as pleasure“ lautet das diesjährige Motto des Trier-Distributors, der als Synonym für erfolgreiche Geschäftsmeetings das Thema Golfplatz aufgreift; denn bekanntlich werden dort viele Geschäfte gemacht. Der Stand ist im Golf-Flair gestaltet, und vom Messe-Freitag bis einschließlich Messe-Montag wird von 17–19 Uhr in der Brightpoint Happy Hour auf (Mini-)Golfbahnen geputtet.

www.brightpoint.de

O₂ zur Verfügung. Eine Besonderheit bei der MultiSIM im T-Mobile Netz ist die Möglichkeit, selbst zu wählen, auf welchem Gerät die SMS und MMS empfangen und versendet werden können. Für die anderen Geräte ist der Empfang und Versand ausgeschaltet. Bei der O₂ Multicard ist der Versand und Empfang von SMS und MMS grundsätzlich mit jeder SIM-Karte möglich. Kunden, die die Vorteile der MultiSIM oder Multicard nutzen möchten, können sich kostenfrei umstellen lassen. Jede Neuaufschaltung einer Multicard oder Multi-SIM kostet 30 Euro.

www.freenet.de

AVM bündelt Kräfte in neuer Abteilung

Das Berliner Unternehmen AVM fasst seine Kommunikationsabteilungen zusammen: Die Unternehmensbereiche Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Marketingkommunikation sowie Messe/Veranstaltungen werden in einer Abteilung Kommunikation gebündelt. Die Leitung dieses neuen Unternehmensbereichs übernimmt der bisherige Leiter der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Urban Bastert. Der bisherige Leiter der Marketingkommunikation, Stephan Meyer-Brehm, verlässt AVM.

www.avm.de

Neuer Netzknotenpunkt für HFO Telecom-Dienste

Die HFO Telecom AG aus Hof hat für ihre Internetdienste einen neuen Knotenpunkt in Frankfurt am Main in Betrieb genommen. Durch die neuen Kapazitäten sollen die Internetdienste der HFO Telecom AG wie DSL und Internettelefonie (VoIP) leistungsfähiger und ausfallsicherer werden. Insbesondere die Bandbreite der durch das Unternehmen angebotenen Internet-Produkte wird im Zuge der Erschließung drastisch erhöht. In das neue Rechenzentrum wurden IT-Systeme aus anderen Standorten verlagert. Der neue Datenumschlagsplatz entspricht den höchsten Sicherheits- und Technikstandards und bietet hohe Leistungsreserven für einen weiteren Ausbau. „Mit der Erschließung des Frankfurter Knotenpunktes stellen wir insbesondere für den expandierenden Bereich der IP-Tele-

fonie die technisch besten Möglichkeiten bereit und können so die Stabilität der Leitungen und die hervorragende Sprachqualität garantieren“, so Achim Hager, Vorstandsvorsitzender der HFO Telecom AG.

www.hfo-telecom.de

Herweck startet neues O₂-Partnerprogramm

Das Premium Partner Programm von O₂ für Neueinsteiger kann ab sofort mit dem Herweck Big Step Programm für den Mobilfunkfachhandel kombi-



niert werden. Das O₂ Premium Partner Programm ist ein teilexklusives Shop-Konzept, bei dem der Fachhändler selbst bestimmt, zu welchem Anteil er O₂ vermarkten möchte. Je nach angestrebter Vertriebsleistung erhält der Fachhändler von O₂ eine Geschäftsausstattung und ein umfangreiches Marketingpaket inklusive Werbekostenzuschuss und Premium-Partner Boni für die Vermarktung. Der Fachhändler kann zwischen 50 Prozent oder 70 Prozent Exklusivitätsgrad wählen. Die Abwicklung erfolgt über Herweck. Der Distributor übernimmt vertragsabhängige On-Top Leistungen, die für eine erfolgreiche Vermarktung nötig sind, wie zum Beispiel ein komplettes, dauerhaftes Marketingpaket mit Flyern, Plakaten oder Zeitungswerbung. Darüber hinaus sorgt Herweck für die Schulung der Mitarbeiter, bietet finanzielle Unterstützung bei Firmenfahrzeugen oder Shopmiete, stellt auf Wunsch einen Online-Shop oder ein Warenwirtschaftssystem zur Verfügung. Die Hardware-Steuerung erfolgt über den Distributionspartner Herweck. Abgerundet wird die Partnerschaft für den Händler durch die umfangreichen Standard-Leistungen des Distributors, wie zum Beispiel ein großes Zubehörprogramm, Repairservice und 24-Stunden-Lieferservice. Weitere Infos unter

www.herweck.de/premium

Base Gold sichert unbeschwertes Surfen und exklusive Serviceleistungen

Mit Base Gold hat die E-Plus Flatratemarke Base im August ein Angebot auf den deutschen Markt gebracht, mit dem mobile Kommunikation zu einem Premium-Erlebnis werden soll. Für 150 Euro monatlich erhalten anspruchsvolle Kunden mit Base Gold ein Paket aus Top-Services und Tarife für Kommunikation ohne Grenzen. Hintergrund des neuen Angebotes ist die Überlegung, dass diejenigen Kunden, die sich unbeschwerte Kommunikation als Luxus gönnen, nicht auf Extras und exklusive Leistungen verzichten wollen. Deshalb bietet Base mit Base Gold die erste Flatrate für alles an: Nicht nur Telefonate in alle deutschen Netze, sondern auch 1.000 Freiminuten nach ganz Europa sind im Tarifpaket enthalten. 3.000

SMS in deutsche Netze sowie unbegrenztes Surfen im Internet mit dem Handy sind ebenfalls inklusive. Zum besonderen Servicegedanken bei Base Gold zählt zudem die individuelle Beratung über eine neu eingerichtete Premium-Hotline. Hier steht den Kunden ein Team persönlich zur Verfügung – ohne Warteschleifen oder zeitraubende Sprachsteuerung. Bei Problemen mit dem Handy gibt es innerhalb eines Tages kostenlos

vor Ort Ersatz; dabei stehen Base Gold Kunden erstklassige Handymodelle zur Auswahl. Kostenlos on top sind eine Flexicard, also eine zusätzliche SIM-Karte beispielsweise für das Autotelefon, sowie auf Wunsch die American Express Gold Card für zwei Jahre ohne Jahresgebühr. Neben entspannter Kommunikation bietet Base Gold eine vielfältige Erlebniswelt. So kommen

Kunden regelmäßig kostenfrei in den Genuss hochwertiger und exklusiver Event-Highlights. „Vor drei Jahren haben wir den Markt mit der Einführung von Base revolutioniert und den Nerv der Zeit getroffen, indem wir Mobilfunk mit einer Flatrate günstig, transparent und unbeschwerter gemacht

haben“, so Dr. Andreas Gregori, Chief Marketing Officer der E-Plus Gruppe. „Jetzt reagieren wir mit Base Gold auf neue Bedürfnisse wie dem Wunsch nach hervorragendem Service, hochwertigen Leistungen und Unbeschwertheit in der mobilen Kommunikation. Damit ist es uns erneut gelungen, mit Base einen Schritt voraus zu sein und das derzeit beste Tarif- und Servicepaket auf den Markt zu bringen.“

www.eplus.de

The Phone House stellt neues Franchisemodell vor Chance für Existenzgründer

The Phone House hat im Zuge der Shopexpansion sein Angebot für Existenzgründer und selbständige Unternehmer erweitert: Der unabhängige Komplettanbieter für Telekommunikation und Entertainment aus Münster bietet jetzt als Weiterentwicklung seines Exklusivpartnermodells ein vollkommen neues Franchisesystem an. Neben der Selbständigkeit des Partners zeichnet sich das neue

System insbesondere durch ein breites Produktportfolio, seine außerordentlichen Verdienstmöglichkeiten sowie die Einbindung in eine international aufgestellte Unternehmensgruppe aus. PoS-MAIL fragte Thorsten Fluck, Leiter Geschäftsbereich Shops bei The Phone House, und Andreas Jurkiewicz, Leiter des neuen Vertriebskanals Franchise bei The Phone House, nach Hintergründen.

PoS-MAIL: Herr Fluck, Herr Jurkiewicz, in der Telekommunikation gibt es bereits verschiedene Franchisemodelle. Warum führt The Phone House jetzt noch ein weiteres ein?

Thorsten Fluck: Wir sind davon überzeugt, dass Franchising hervorragend dazu beitragen kann, das geplante Wachstum von derzeit 200 auf insgesamt 500 Shops in den kommenden Jahren zu erreichen. Denn wir können den Franchisenehmern extrem gute Ertragschancen und eine



Thorsten Fluck

hohe Zukunftssicherheit garantieren. Selbständige Shopbetreiber können sich aus dem bereits existierenden Portfolio von The Phone House die für sie optimal geeigneten Angebote herausuchen und so unmittelbar und in eigener Verantwortung den Erfolg ihres Unternehmens sichern.

Andreas Jurkiewicz: Unsere Franchisepartner profitieren dabei von der Verkaufskompetenz aus über 3.200 Shops der gesamten Unternehmensgruppe Best Buy International Ltd. in neun europäischen Ländern und in den USA



Andreas Jurkiewicz

sowie von unserer weitsichtigen Produkt- und Servicestrategie. Wir haben uns schon lange vor dem Rest des Marktes vom Mobilfunk-Serviceprovider zum unabhängigen Anbieter für Telekommunikation und Entertainment entwickelt und bieten dadurch unseren Partnern eine zukunfts-sichere Plattform.

PoS-MAIL: Können Sie die Vorteile, die Ihre neuen Franchisepartner haben, konkretisieren?

Thorsten Fluck: Die Unterstützung beginnt bereits bei der

Standortsuche, denn der Standort ist einer der entscheidenden Erfolgsfaktoren. Als Franchisegeber helfen wir dem zukünftigen Partner bei der Suche nach einem geeigneten Standort und nehmen eine wirtschaftliche Bewertung vor. Für zusätzliche unternehmerische Sicherheit sorgen der Gebietsschutz sowie die 14tägige Abrechnung der Provisionen. Weiterhin können sich die Partner auf eine intensive Unterstützung des Vertriebs mittels Marketingaktionen ebenso verlassen wie auf praxisorientierte Trainings- und Schulungskonzepte und die Außendienstbetreuung vor Ort.

Andreas Jurkiewicz: Ein weiterer Wettbewerbsvorteil des Franchisekonzeptes liegt aus unserer Sicht in der Breite unseres Produktprogramms. Das Sortiment von The Phone House umfasst nicht nur die Angebote aller großen Mobilfunk- und Festnetzan-



Helle und hochwertige Möbel und ein durchdachtes Warenpräsentationssystem kennzeichnen einen typischen The Phone House Shop.

bieter. Unsere Partner können sich jederzeit einer Vielzahl von Produkten und Tarifen aus den Bereichen Entertainment, mobile Daten, Notebooks mit entsprechendem Zubehör und Lifestyle bedienen.

Thorsten Fluck: Zudem erhalten die Franchisenehmer als besonderes Bonbon Zugang zum vorhandenen Kundenstamm aus der



Dr. Ralf-Peter Simon, Vorsitzender der Geschäftsführung von The Phone House (r.), und Thorsten Fluck, Leiter Geschäftsbereich Shops, wollen mit neuen Franchisepartnern in eine erfolgreiche Zukunft starten.

Umgebung ihres Shop-Standortes und können diese Kontakte für Vermarktungsaktivitäten nutzen. Im Rahmen dieses aktiven Bestandskundenmanagements profitieren die Franchisenehmer von anstehenden Vertragsverlängerungen, da wir die Kunden direkt in die Shops der Franchisenehmer schicken. Auf diesem Wege setzt sich The Phone House deutlich von den marktüblichen Vertriebsstrategien der Wettbewerber ab.

PoS-MAIL: Wie sehen die Verdienstmöglichkeiten der Franchisenehmer von The Phone House aus?

Thorsten Fluck: Wie bereits gesagt, hängen Erfolg oder Miss-

keiten sind das Ergebnis der Kombination des breiten Produktsortiments mit lukrativen Provisionen und regelmäßigen Prämien für die Kundenbetreuung. Zudem sorgt das Kommissionskonzept für ausreichende Liquidität, denn die Hardware, die wir zur Verfügung stellen, ist zu 100 Prozent Kommissionsware und verursacht somit keine Kapitalbindungskosten.

PoS-MAIL: Kosten sind ein gutes Stichwort. Wieviel kostet einen Interessenten der Einstieg in Ihr Franchisesystem?

Andreas Jurkiewicz: Das erforderliche Startkapital liegt auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau: Der Franchisenehmer bezahlt lediglich eine einmalige Einstiegsgebühr in Höhe von 4.000 Euro. Hinzu kommt eine monatliche Zahlung in Abhängigkeit vom Rohertrag. Dem Investment steht ein umfangreiches und innovatives Leistungsprogramm gegenüber, denn zu Beginn der Partnerschaft wird dem Franchisenehmer beispielsweise ein mehrfach prämiertes Shopsystem inklusive Shop Einrichtung sowie ein effektives IT-System kostenlos zur Verfügung gestellt.

PoS-MAIL: Und was muss derjenige tun, der sich für das Franchiseangebot interessiert?

Andreas Jurkiewicz: Er kann zunächst eine 20seitige Broschüre mit allgemeinen Informationen anfordern, die wir zum Thema Franchising neu aufgelegt haben, oder er kann sich unter Telefon 02506-922-5524 oder andreasjurkiewicz@phonehouse.de per E-Mail direkt an mich wenden.

PoS-MAIL: Meine Herren, vielen Dank für das Gespräch.

www.phonehouse.de

Eckart Diepenhorst leitet jetzt den Vertrieb Shops

The Phone House hat Eckart Diepenhorst zum Leiter Vertrieb Shops ernannt. In dieser Position ist er verantwortlich für die aktuell 144 Filialen, die das Münsteraner Unternehmen bundesweit in Eigenregie betreibt. Als seine wichtigsten Ziele als neuer Vertriebsleiter nannte Diepenhorst die Steigerung der Profitabilität der Shopkette und die Fortsetzung des Wachstumskurses. Einen besonderen Fokus will der neue Leiter Vertrieb Shops auf das Käuferlebnis der Kunden richten. Diepenhorst kommt aus dem eigenen Haus. Dort war er zuvor als Leiter Marketing für den unabhängigen Komplettanbieter für Telekommunikation und Entertainment tätig. In seiner neuen Position berichtet der 32jährige Diplom-Kaufmann an den Leiter des Geschäftsbereichs Shops, Thorsten Fluck.



Merian stellt auf der IFA zwei neue Produkte vor Die Navigatorfamilie wächst

Neue Geräte erweitern ab Mitte September das Produktportfolio von Merian rund um den multimedialen Reisebegleiter Merian scout Navigator, der seit Ende letzten Jahres auf dem Markt ist. Vorgestellt werden die Geräte-Neuheiten, ebenso wie neue ReiseGuides und das Merian scout Premium Partner Programm, auf der IFA 2008 in Berlin.

Die drei neuen intelligenten Reisebegleiter, die von der iPublish GmbH konzipiert und hergestellt werden, unterscheiden sich sowohl in Hardware, Funktionsumfang und Zubehörausstattung als auch im Umfang der vorinstallierten Reiseführer-Inhalte (ReiseGuides). „Das erste Modell des Merian scout Navigators ist im Markt sehr positiv angenommen worden. So wurde unser Personal Travel Assistant mit Preisen wie dem red dot design award, dem Zukunftssaward oder dem Plus-X-



Award ausgezeichnet. Nun bringen wir neue Varianten unseres Personal Travel Assistant auf den Markt“, erläutert iPublish-Geschäftsführer Carsten Leininger. „Ebenso individuell und anspruchsvoll wie die Kunden selbst sind auch deren Bedürfnisse hinsichtlich ihrer Reiseziele und ihre Vorstellungen von der Ausstattung und den Möglichkeiten eines elektronischen Reisebegleiters. Mit den neuen Produkten treffen wir die individuellen Wünsche der Nutzer genauer und bieten damit dem Handel weitere Umsatzmöglichkeiten.“

Produktfamilie Merian scout Navigator

Die neuen Reisebegleiter erhalten in der Produktbezeichnung die Zusätze C für Compact bzw. I für Individual. Der bereits im Markt befindliche Personal Travel Assistant wird den Zusatz P für Premium tragen. Alle drei Geräte sind mit Kartenmaterial von Navteq



Neben den Merian scout Navigator Geräten steht dem Fachhandel auch eine Vielzahl von Zubehörprodukten zur Vermarktung zur Verfügung.

und TMC-Funktion ausgestattet. Weitere Gemeinsamkeiten sind der 3,7 Zoll große hochauflösende TFT-Monitor (640 x 480 Pixel), der 128 MB große interne Speicher sowie der Centrality GPS RF Empfänger. Sonstige Merkmale der drei Produkte sind:

- Merian scout P_Navigator: Reise-Guide mit zirka 50.000 Reiseinformationen für Deutschland, Österreich und die Schweiz, über 1.000 informativ-unterhaltsame Hörspiele (rund 50 Stunden), alle Infos können per Text-to-Speech wiedergegeben werden, Sprachführer für acht Sprachen, 4 GB Flashspeicher, kapazitiver Touchscreen, Zubehör: Autoladekabel, Fahrzeughalterung inkl. Cradle, Netzladekabel, austauschbarer Akku, Ledertasche, Kopfhörer, Mikrofasertuch.
- Merian scout C_Navigator: Reise-Guide mit zirka 30.000 Reiseinformationen für Deutschland, über 800 Reiseführerinfos werden per Text-to-Speech-Funktion wiedergegeben, Sprachführer für acht Sprachen, 2 GB Flashspeicher, resistiver Touchscreen, Zubehör: Autoladekabel, Netzladekabel, Fahrzeughalterung inkl. Cradle, austauschbarer Akku
- Merian scout I_Navigator: Feinschmecker ReiseGuide mit Informationen zu Hotels und Restaurants in Deutschland, 2 GB Flashspeicher, resistiver Touchscreen, Zubehör: Autoladekabel, Netzladekabel, Fahrzeughalterung inkl. Cradle, austauschbarer Akku.

Die unverbindlichen Preisempfehlungen lauten 799 (P_Navigator), 599 (C_Navigator) und 399 Euro (I_Navigator). Als besonderes Plus bietet iPublish allen Merian scout Premium Partnern einen

erweiterten Liefer- bzw. Serviceumfang für seine Kunden an. So beinhaltet der Kaufpreis hier zusätzlich einen zweijährigen Diebstahlschutz sowie einen zweiten Akku für den P_Navigator.

Größere Vielfalt zusätzlicher ReiseGuides

Neben neuer Hardware gibt es auch eine größere Vielfalt an zusätzlichen ReiseGuides. Bereits im Juli wurden zusätzliche Reiseziele ins Programm genommen.

Besitzer des Merian scout Navigator können nun auch Mallorca, Barcelona, Rom, Paris und die Toskana exklusiv und ganz individuell erkunden. Auch die neuen ReiseGuides informieren umfangreich und kurzweilig über touristische Highlights in Bild, Text und Ton. Die Multimedia-Reiseführer sind auf SD-Karten zu haben. Die unverbindliche Preisempfehlung lautet jeweils 29,90 Euro.

Neu zur IFA sind ReiseGuides für einzelne Regionen in Deutschland. www.merian.de

Premium Partner von Merian scout profitieren von exklusiven Unterstützungsmaßnahmen

Das elektronische Verlagshaus iPublish (Tochter der Ganske Verlagsgruppe) ist mit dem Merian scout Navigator im Bereich der digitalen Reisebegleitung seit 2007 auch in den Consumer Electronics Markt eingestiegen. Zur IFA 2008 stellt das Unternehmen neue Produkte des handlichen Reisebegleiters vor, der erstmals multimediale Reiseinformationen aus der Merian- und Feinschmecker-Redaktion interaktiv mit einem „state of the art“-Navigationssystem kombiniert. Mit touristischen Hörstücken bietet der Personal Travel Assistant darüber hinaus viel Wissenswertes und Unterhaltsames für unterwegs.

Da innovative Produkte wie der Merian scout Navigator erklärungsbedürftiger sind, soll der Vertrieb nur über ausgewählte und gut geschulte Partner erfolgen. iPublish sucht deshalb bundesweit Elektrofachhändler mit anspruchsvoller Kundschaft, die mit Unterstützung des Hauses eine Premium-Partnerschaft mit Merian eingehen möchten, um sich im attraktiven Segment der digitalen Reisebegleitung vom Wettbewerb zu differenzieren.

Das Premium Partner Programm von Merian scout sichert dem Handel eine umfangreiche Unterstützung zur Bindung und Neugewinnung von Kunden. Attraktive Margen sind zudem ein Argument, sich über das Programm von iPublish informieren zu lassen, vor Ort auf der IFA 2008 (Halle 9, Stand 308), telefonisch

oder im Gespräch mit einem Außendienstmitarbeiter. Das mehrfach ausgezeichnete Gerät (red dot design award, Plus X Award, Zukunftssaward als beste Produktinnovation 2008, nominiert für den Designpreis der Bundesrepublik Deutschland 2009) stößt nach den bisherigen Erfahrungen insbesondere bei einer anspruchsvollen und kaufkräftigen Klientel auf hohe Resonanz. Um diese Kundschaft richtig beraten und betreuen zu können, hat iPublish das neue Vertriebskonzept entwickelt. Das Unternehmen bietet seinen Premium Partnern neben individuellen Verkaufsschulungen, ausführlichem Infomaterial und PoS-Materialien auch Promotion-Geräte, die der Händler seinen Kunden vorübergehend als Testgerät zur Verfügung stellen kann. Die im Einzugsgebiet des jeweiligen Händlers vorhandenen Abonnenten der Premium-Magazine der Ganske Verlagsgruppe, wie zum Beispiel „Der Feinschmecker“, „Architektur & Wohnen“ oder „Wein Gourmet“ werden über Mailings durch iPublish auf das innovative Konzept der Merian scout Navigator Produkte beim Händler hingewiesen. Durch diese Direkt-Marketing-Maßnahmen erschließt der Handelspartner zugleich neues Kundenpotential.

Interessierte Händler können sich bei iPublish unter der Telefonnummer 0163-5898575 informieren oder direkt den Messestand auf der IFA besuchen: Halle 9, Stand Nr. 308.



Auf fünf Veranstaltungen in München, Stuttgart, Frankfurt am Main, Köln und Hamburg konnten sich interessierte Händler über das neue Premium Partner Programm von Merian scout informieren.

Telekom-Konzern mit drei Marken auf der IFA 2008

„Erleben, was verbindet.“

Seit Anfang Juli hat der Telekom-Konzern einen neuen einheitlichen Markenslogan, unter dem alle Angebotsmarken mit dem „T“ nach außen auftreten: „Erleben, was verbindet.“ Dies ist auch das Motto des rund 1.700 m² großen Standes, mit dem das Bonner Unternehmen in Halle 6.2 auf der IFA 2008 vertreten ist. Der neue Slogan ist Ausdruck eines neuen Markenleitbildes, mit dem die Deutsche Telekom ihre im Mai 2007 begonnene Umstellung auf eine vereinfachte Markenarchitektur abschließt. In Berlin werden die Messebesucher die Gelegenheit haben, dieses Markenleitbild hautnah zu erleben.

Unter dem neuen Markenleitbild bestehen nur noch drei Marken mit dem „T“: T-Home (Angebote für zu Hause), T-Mobile (Angebote für unterwegs) und T-Systems (Angebote für Geschäftskunden). Kern des Markenleitbildes ist das Verständnis der Deutschen Telekom, dass das Leben eine Vielzahl großer und kleiner persönlicher Erlebnisse beinhaltet, die die Menschen miteinander teilen möchten. Und es ist der Anspruch des Unternehmens, ihren Kunden mit den besten Kommunikations- und Servicediensten einen einfachen Zugang zu diesen Erlebniswelten zu verschaffen, sei es über das Telefon (im Festnetz und mobil), das Internet (zu Hause und unterwegs) und das internetbasierte Fernsehen.

Neuer Slogan ist mehr als ein Werbespruch

„Das Motto ‚Erleben, was verbindet.‘ ist für die Deutsche Telekom nach eigener Aussage mehr als ein Werbespruch“, erklärte Hans-Christian Schwingen, seit Oktober 2007 Leiter Markenstrategie und Marketing Kommunikation bei der Deutschen Telekom. „Es ist ein Markenversprechen gegenüber dem Kunden, an dem sich das Unternehmen in Zukunft messen lassen will, und zwar über die gesamte Wertschöpfungskette, angefangen bei der Produktentwicklung, der Tarifgestaltung und dem Service bis zu Shopgestaltung und dem Kommunikationsauftritt mit allen seinen Facetten wie Messen, Events, Sponsoring und Werbung.“ Mit dem neuen Slogan unterstreiche die Deutsche Telekom ihr selbstgestecktes Ziel, bis 2015 einer der Marktführer im Bereich „Vernetztes Leben und Arbeiten“ (Connected life and work) zu sein.

Aus Sicht der Telekom befindet sich die Menschheit in einer Phase der größten Umwälzung der Telekommunikationsbranche seit der

Erfindung des Telefons. Die treibenden Kräfte sind die Digitalisierung, die Mobilisierung des Zugangs sowie die Personalisierung von Inhalten. Die Art und Weise, wie Menschen Zugang zu

ihren Daten bekommen und wie sie Informationen bearbeiten und weitergeben, wandelt sich derzeit deutlich.

Ein Innovationstreiber in diesem Prozess ist die Deutsche Telekom, zum Beispiel durch die Verbreitung vom mobilen Internetdienst web'n'walk oder bei „Entertain“, dem Fernsehen über DSL. Der Konzern investiert Milliarden in den Ausbau der Netze und Anschlüsse. Darüber hinaus ist das intelligente Management von Inhalten eine der Kernkompetenzen: Alle wichtigen Dinge sollen mit der Familie, den Freunden und den Kollegen unabhängig von Ort und Zeit geteilt werden können, so einfach und sicher wie möglich: eben „Erleben, was verbindet“.

T-Mobile zeigt auf der IFA zahlreiche Neuheiten

Vor allem T-Mobile zeigt sich auf der IFA 2008 rührig und stellt zahlreiche neue Produkte und Angebote vor. So wird bei dem Bonner Netzbetreiber zum Beispiel das Chatten mobil: Ab Oktober 2008 bietet das Mobilfunkunternehmen mit Instant Messaging einen neuen Chat-Service für



Wie schon auf der IFA 2007, können sich die Besucher des Telekom-Standes auch in diesem Jahr auf eine bunte Mischung aus neuen Produkten und Diensten, Informationen zum Unternehmen und ein attraktives Showprogramm freuen.

sich der Dienst sogar kostenfrei ausprobieren.

Notebooktarife

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

Netzausbau

T-Mobile hat sein UMTS-Netz jetzt flächendeckend mit HSUPA-Technik ausgestattet (HSUPA, High Speed Uplink Packet Access). Damit versenden Kunden Daten aller Art – hochauflösende Fotos oder große Dateien wie E-Mail-Anhänge, Dokumente und Videos – mit bis zu 1,4 Megabit pro Sekunde (Mbit/s). So ergänzt HSUPA die HSDPA-Technik im T-Mobile Netz, die bereits Downstream-Bandbreiten von bis zu 7,2 Mbit/s bietet. Zusammen sorgen HSDPA und HSUPA dafür, dass Nutzer unterwegs genauso

komfortabel im Internet surfen oder im Intranet arbeiten können wie über Festnetz-DSL. Noch im Jahr 2008 wird das Unternehmen die Bandbreiten bei HSUPA weiter erhöhen – mit Übertragungsraten von bis zu 2 Mbit/s.

Femtocells

Im Juni 2008 startete mit der Minifunkzelle Femtocell ein Pilotversuch zur Zukunft des Mobilfunknetzes. Als erster deutscher Mobilfunkbetreiber ist T-Mobile zur Praxiserprobung der kleinen Sendestation übergegangen. Nutzer richten damit im Büro oder zu Hause ein eigenes Kleinst-UMTS-Netz ein. Ziel ist es, sowohl die Qualität der UMTS-Sprachverbindungen als auch die Nutzbarkeit von schnellen Datenverbindungen per HSDPA und HSUPA deutlich zu verbessern, um den Kunden Breitbanddienste bequem zur Verfügung zu stellen. Auf der IFA gibt es auch zu diesem Thema neue Informationen.

Handy-TV

Wenige Tage vor dem ersten Messtag in Berlin nahm auch die Fußball-Bundesliga wieder den Spielbetrieb auf. Seit Beginn der Saison 2008/2009 hält T-Mobile ein Testangebot für alle Fußballfans bereit: Kunden, die noch kein Bundesliga-Abo gebucht haben, steht das MobileTV Bundesliga-Paket einen Monat lang kostenlos zur Verfügung. Sie können den Dienst so einfach ausprobieren – und erleben, wie man auch unterwegs stets auf Ballhöhe bleibt: MobileTV überträgt alle Spiele beider Bundesligen live aufs UMTS-Handy.



Mobiltelefonbenutzer an. Ob AOL Instant Messenger, ICQ, Windows Live Messenger oder Yahoo! Messenger, mit Instant Messaging holen sich Kunden ihren vom PC gewohnten Messaging-Dienst einfach aufs Handy.

So können sie auch unterwegs jederzeit mit ihren Freunden chatten und haben vollen Zugriff auf die am PC benutzten Buddy-Listen, Smileys und den Online-Status, der anzeigt, wer von den „Buddys“ aktuell erreichbar ist. Dank einer monatlichen All-inclusive-Flatrate fallen keine weiteren Kosten an, egal wieviele Nachrichten die Kunden versenden und empfangen. Im ersten Monat lässt



Nokia legt Schwerpunkt im Fachhandel auf Handys mit Navifunktion

Nokia stellt derzeit seine Mobiltelefone mit Navigationsfunktion sowie Nokia Maps 2.0 in den Fokus seiner Fachhandelsaktivitäten. Neben neuen Geräten wie dem Nokia 6210 Navigator oder dem Nokia E71 bietet das Unternehmen Händlern Bezahl-systeme wie etwa die „Content Card“, mit denen virtuelle Waren – zum Beispiel eine Navigationslizenz – zu einem greifbaren Produkt werden. Als weiteres Highlight startet Nokia im Rahmen seines Bonusprogrammes „Points for You“ die „Nokia Navigations-Challenge“ 2008. Ab sofort stehen bei Points for You insgesamt acht Nokia Mobiltelefone mit Navigationsfunktion im Fokus: das Nokia 6210 Navigator, das Nokia 6220 classic, das Nokia E66, das Nokia E71, das Nokia N78, das Nokia N82, das Nokia N95 (black) und das Nokia N95 8GB. Beim Verkauf dieser Geräte können Händler Bonuspunkte sammeln, die mit attraktiven Angeboten und Aktionen zur Verkaufsförderung sowie mit Prämien und individuellen Trainings am Point of Sale belohnt werden. Highlight ist dabei die Nokia Navigations-Challenge 2008. Sie bietet zwölf Handelspartnern die Chance zu einer exklusiven Reise nach Jordanien. www.nokia.de

Garmins nüvi 550 bietet Fahrrad-, Fußgänger- und Schiffsfahrmodus

Garmin stellt zur IFA mit dem nüvi 550 eine Neuheit für Nutzer vor, die ihr Navigationsgerät auch auf dem Fahrrad, zu Fuß, beim Wandern und

beim Wassersport nutzen wollen. Das neue Gerät bietet nicht nur die Garmin-typischen Straßennavigationsfunktionen für Auto, Motorrad und Motorroller, sondern auch spezielle



Outdoor-Navigations-Features und besondere Funktionen für die Marine-Nutzung. Über vier vordefinierte Profile lässt sich das kompakte, robuste und wasserfeste Gerät mit einem Fingerdruck vom Auto- oder Motorradnavi in einen mobilen Freizeitbegleiter oder Bootsführer verwandeln. Das wasserfeste, kraftstoff- und UVA/B-resistente 3,5-Zoll-Display ist auch bei Sonnenlicht sehr gut ablesbar. Die Möglichkeit der plastischen Höhendarstellung kommt neben der Autonavigation insbesondere dem Outdoor-Einsatz zugute. Weitere Ausstattungsmerkmale sind eine Kompassanzeige, die Möglichkeit zur Rei-

seaufzeichnung und ein austauschbarer Hochleistungsakku für eine längere Nutzungsdauer außerhalb des Fahrzeugs.

Auf dem nüvi 550 sind beim Kauf detaillierte Straßenkarten von 33 Ländern in West- und Osteuropa sowie Hauptverkehrsstraßen sieben weiterer Länder installiert. Für den erweiterten Outdooreinsatz gibt es zusätzliche topografische Freizeit- und Wanderkarten für Deutschland und viele weitere Länder weltweit. Ergänzt um optionale BlueChart-Seekarten, mit Informationen wie Wassertiefen, Gezeitenzonen, Wracks, Hafenplänen, Sperrzonen und vielem mehr, eignet sich die nüvi 500er-Serie auch ausgezeichnet für die Sportschifffahrt. Der UVP für das nüvi 550 lautet 399 Euro. www.garmin.de

Strada

ZIELSICHER ANKOMMEN

Panasonic
ideas for life

TMC
TRAFFIC MESSAGE CHANNEL

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

www.panasonic.de

Mio Technology zeigt zwei IF Design Award Gewinner und neues DVB-T/H-Navi

Mio Technology zeigt auf der IFA in Halle 9, Stand 111, unter anderem zwei IF Design Award-Gewinner sowie – als Weltpremiere – das erste Mio Navigationssystem mit 7-Zoll-Bildschirm und DVB-T/H-Funktion. Die frisch mit dem IF Design-Award ausgezeichneten GPS-Smartphones Leap G50 und Leap K1 bieten Dual-Side Technologie: Auf dem Display der einen Seite zeigt sich ein vollwertiges Navigationssystem mit 4,3 Zoll TFT-Touchscreen, auf dem Display der anderen Seite findet der Nutzer ein voll ausgestattetes Windows CE 5.1 Smartphone mit einem 320 x 240 OLED-Bildschirm. Premiere feiert ein

Mio Navigationssystem mit integriertem DVB-T/DVB-H-Tuner und 7-Zoll-Bildschirm mit einer Auflösung von 800 x 480 (WVGA). Die eingebauten Stereolautsprecher (2 x 1 Watt) sind für die mobile Unterhaltung ausreichend. Mit dem Gerät können auch eigene Filme im DivX-, MPEG4- oder WMV-Format problemlos wiedergegeben werden. Im Lieferumfang enthalten ist eine 2 GB SD-Karte. Darüber hinaus ist das Gerät mit einem AV-Eingang ausgestattet, über den mobile

DVD-Player oder sonstige Multimedia-Quellen angeschlossen werden können. www.mio-tech.be/de

TomTom Work demonstriert Connected Navigation live auf der IFA 2008

TomTom Work, die B2B-Sparte des Anbieters portabler Navigationslösungen TomTom und internationaler Lieferant von Connected-Navigation-Services für Fahrzeugflotten, stellt auch im Jahr 2008 auf der IFA in Berlin aus. Am Stand 311 in Halle 9 ist dort unter anderem die Connected Navigation-Lösung von TomTom Work live zu sehen – ein integriertes System aus Navigation und Flottenmanagement. Highlight ist dabei die neue Flottenmanagement-Software TomTom Webfleet.

TomTom Webfleet ist eine webbasierte Anwendung, mit der Flottenmanager die Möglichkeit erhalten, Fahrzeuge rund um die Uhr zu verfolgen. Dabei profitieren sie von umfangreichen Reporting-Werkzeugen. Dazu zählen beispielsweise Berichte zu Arbeitszeiten, Geschwindigkeitsprofile und die Anzahl der Fahrten und Stops der einzelnen Fahrer. Connected Navigation ermöglicht die schnelle Auftragsübermittlung und den Informationsaustausch zwischen Fahrer und Zentrale, automatisiertes Reporting sowie einfache Navigation. Daneben lässt sich mit Connected Navigation der Kraftstoffverbrauch erheblich senken. TomTom Work zeigt dem Telco-Handel auf der IFA 2008, wie das Geschäftsmodell auf das zukunfts-trächtige Standbein Telematik und Flottenmanagement gestellt werden kann. www.tomtomwork.com

Der Markt für Navigationssysteme wächst auch in diesem Jahr

„Der Markt für Navigationssysteme erfreut sich einer konstant wachsenden Nachfrage. Entsprechend der immer üppigeren Ausstattung wird der Absatz der elektronischen Begleiter für die mobile Navigation 2008 erneut zulegen und das steile Wachstum fortsetzen.“ Dies schreibt die gfu, die Gesellschaft für Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, in einer aktuellen Pressemeldung.

Grundlage der optimistischen Vorhersage liefern Prognosen von Marktforschern. Diese gehen laut gfu von über 4,5 Millionen verkauften Geräten aus – rund 25 Prozent mehr als im Vorjahr. Damit wird ein Umsatz von mehr als einer Milliarde Euro (plus drei Prozent) erzielt. Das Verhältnis von fest eingebauten Geräten zu den mobilen Varianten hat sich beim nachträglichen Kauf eindeutig hin zur mobilen Lösung entwickelt. In diesem Jahr erwarten die Marktexperten lediglich 50.000 Exemplare für den nachträglichen Festeinbau. Allerdings ist die Erstausrüstung bei neuen Fahrzeugen im vergangenen Jahr auf zirka 950.000 Stück (plus 5,8 Prozent) gestiegen. Im Jahr 2008 erwarten die Marktforscher eine Million Fahrzeuge mit

serienmäßig eingebautem Navigationsgerät. Für den nachträglichen Kauf steht den Kunden eine große Modellvielfalt zur Auswahl. Dabei bekommt der Käufer zu eher sinkenden Preisen (allein im vergangenen Jahr minus 24 Prozent) immer mehr Leistung: Die Topgeräte zeigen die Route inzwischen anschaulich auf großen und hellen 16:9-Bildschirmen. 3D-Darstellungen, die Landschaften und Gebäude realitätsnah abbilden, tragen ebenfalls zur sicheren Orientierung bei. Auch Sehenswürdigkeiten, öffentliche Gebäude oder Restaurants erscheinen auf Wunsch auf der Bildfläche. Das Ziel lässt sich inzwischen bei vielen Modellen auch per Spracherkennung eingeben. Man kann Google Earth verwenden oder geographische Koordinaten angeben. Darüber hin-

aus zeigen Fahrspur-Assistenten schon frühzeitig, wie sich das Fahrzeug am besten einordnet, um stets im gleichmäßigen Verkehrsfluss zu bleiben.

Andere Funktionen blenden Tempolimits ein. Wer mag, kann sich die Verkehrsschilder auf dem Display anzeigen lassen. Auch den direkten Weg zum Parkplatz kann man sich weisen lassen. Ein neuer Informationsdienst kennt die Preise am Zielort, kann den günstigsten Parkplatz in Laufweite ermitteln und weiß, ob dort Stellplätze frei sind.

Ein weiterer Dienst gibt Routenempfehlungen nach zu erwartendem Tempo aus. Dies hängt von allerlei Faktoren ab, zum Beispiel von der Tageszeit, zu der man eine bestimmte Strecke nutzen will (Berufsverkehr stadttein- oder -auswärts). Neueste Modelle unterscheiden bei der Routenempfehlung nach Wochentagen, um die morgendlichen und abendlichen Probleme des Berufsverkehrs zu umgehen. Damit die elektronischen Lotsen die Nutzer um gemeldete Staus herum dirigieren können, haben sie Empfangsteile für den Verkehrsdatenfunk TMC („Traffic

Message Channel“) an Bord. Auf diesem Weg erhalten sie aktuelle Verkehrsbeschreibungen und können Alternativrouten errechnen.

Selbst elektronische Fahrtenbücher gehören zur Ausstattung von Navigationsgeräten. Mit einem Handgriff kann der Fahrer damit festlegen, ob er dienstlich oder privat unterwegs ist. Den Rest erledigt die Elektronik in Zusammenarbeit mit passender Computersoftware – bis zum automatischen Einbau der protokollierten Daten in die Steuererklärung. Einige der digitalen Navigatoren funktionieren darüber hinaus per Bluetooth als Freisprech-Einrichtung, sofern der Nutzer ein kompatibles Mobiltelefon besitzt. Manche Navi-Modelle ermöglichen auch das Abspielen von Musik. Ihre Datenspeicher sind groß genug, um neben dem digitalisierten Kartenmaterial auch noch eine MP3-Musiksammlung mit auf die Reise zu nehmen. Darüber hinaus gibt es Geräte, die auch das digitale terrestrische Fernsehen DVB-T empfangen und wiedergeben und die als Diabatrachter funktionieren. Hinsichtlich der Bauformen mobiler Navigationsgeräte sind jene Varianten

besonders beliebt, die man mit einem Handgriff aus ihren Halterungen entfernen und in der Tasche mitnehmen kann. Geräte dieser Art leisten auch außerhalb des Fahrzeugs gute Dienste – etwa auf einer Fahrrad-Tour oder einer Wanderung. Einige Kartenanbieter haben für diese Anwendungen mittlerweile spezielle Fahrrad- oder Fußgängeroptionen im Programm. Ebenso interessant sind mit Navigationssoftware ausgestattete tragbare Computer, Smartphones oder Handys, die nebenbei auch noch Aufgaben wie die Termin- und die Adressenverwaltung erledigen, E-Mails abrufen oder Texte anzeigen.

Bei den festinstallierten Navigationsgeräten reicht die Auswahl von kompakten, mit Autoradiofunktionen kombinierten Modellen bis zu aufwendigen Lösungen mit separaten Bildschirmen und Datenlaufwerken. Manche dieser Navigationslösungen speichern die digitalen Karten bereits auf eingebauten Festplatten, um die Touren besonders schnell berechnen zu können. www.gfu.de

TK



Motorola Moto Q 9h mit Windows Mobile 6.1



Motorola hat das Moto Q 9h vorgestellt. Entwickelt auf Basis der preisgekrönten Q-Plattform, soll das neue Gerät starke Leistung mit außergewöhnlichem Design und einfacher Bedienbarkeit verbinden. Das Moto Q 9h ermöglicht auch anspruchsvoll-



inklusive MwSt., ohne Vertrag) erhältlich. Per HSDPA erfolgt der mobile Datenaustausch extrem schnell. Dank der Windows Mobile „PlaysForSure“-Plattform ist eine weltweite Kompatibilität gegeben. Der integrierte 100-MB-Speicher lässt sich per MicroSD-Karte erweitern. Das Moto Q 9h ist mit einem schlanken, leichten und raffinierten Gehäuse ausgestattet und bietet mit seiner ergonomisch angepassten Tastatur sowie der Navigationstaste eine schnelle und genaue Texteingabe. Es hat zudem eines der weltweit innovativsten Displays, das sich automatisch den jeweiligen Lichtverhältnissen anpasst.

www.motorola.de

Gear4 Produkte schützen das neue iPhone G3



Gear4 hat das Sortiment um eine komplette Modellpalette von Taschen und Cases für das iPhone 3G erweitert, die von weichen Silikonhüllen über Gehäuse aus robustem Kunststoff bis zu eleganten Leder-



taschen und speziellen Protektoren reicht, die das Display des iPhone 3G vor Staub, Schmutz und Kratzern schützen. Das innovative Gehäusedesign des X-Shield ist eine hochwertige Kombination aus Hartkunststoffgehäuse und Lederüberzug. Mit dem HardMan Pro und dem HardMan Docker stellt Gear4 eine neuartige Gehäusefamilie aus Hartplastik vor.

HardMan Pro hat eine gummierte Oberfläche, einen abnehmbaren Protektor für das Display und eine ausklappbare Stütze, wenn das iPhone beispielsweise zum Ansehen von Videos genutzt wird. HardMan Docker fällt durch Hochglanz-Finish und ein abnehmbares Unterteil auf, damit das iPhone an Lautsprecher und Ladeeinheiten angedockt werden kann.

Die Gear4 ScreenShields sind im Dreier-Pack erhältlich und schützen das iPhone 3G Display vor Schmutz und Kratzern. Das weiche Material kann jederzeit wieder vom Display abgezogen werden. ScreenShield Mirror besitzt eine verspiegelte Oberfläche, die das Bild durchscheinen lässt, sobald das Display eingeschaltet wird. Beide Versionen erlauben eine problemlose Bedienung des Touchscreens und werden mit Reinigungstuch geliefert. Neben diesen neuen Produktserien hat Gear4 die bisherigen Serien JumpSuit (Silikonhüllen), IceBox (glasklare Cases aus Hartkunststoff), LeatherJacket (hochwertige Ledertaschen) und Sports Armband (aus Neopren und Velcro) um neue Modelle für das iPhone 3G erweitert.

www.gear4.com

Neues Musikhandy KM380 von LG



Mit dem LG-KM380 Klapphandy hat LG die nächste Generation von MP3-Mobiltelefonen vorgestellt. Das LG-KM380 deckt das gesamte Soundspektrum ab und zeigt nach Herstellerangaben auch bei hohen Tönen keine Schwächen. Durch die Restoration Technology klingen sogar viele verzerrte Aufnahmen wieder natürlich. Neun Equalizer sorgen dafür, dass der Klang über den Kopfhörer so weit wie möglich mit dem

Motorola und Kodak entwickeln mit dem Zine ZN5 gemeinsam ein Fünf-Megapixel-Fotohandy



Mit Zine ZN5 präsentieren Motorola und Kodak das erste Produkt, in dem sich innovative Technologien beider Unternehmen wiederfinden. Das Zine ZN5 ist zugleich High-Tech-Handy und Digitalkamera. Es verbindet die neuartige ModeShift-Technologie von Motorola mit der Kodak Bildtechnologie. Gemeinsam wollen beide Partner mit der Neuheit einen neuen Standard für Qualität, Bedienbarkeit und Datenaustausch von mobilen Fotokameras definieren. Mit der aus den Fotoprodukten von Kodak bekannten Software Kodak EasyShare und dem einfachen Zugang zur Kodak Gallery oder anderen Onlineangeboten bzw. -communitys können Bilder leicht vom Handy überspielt, gedruckt und betrachtet werden. Das Kamerahandy ist für eine unverbindliche Verkaufspreisempfehlung von zirka 349 Euro (ohne Kartenvertrag, inklusive Mehrwertsteuer) ab Ende des dritten Quartals erhältlich. Im Lieferumfang sind neben einer 1 GB großen Micro SD-Karte auch ein Micro-USB-Kabel, ein TV-Out-Kabel und ein Stereo-Headset enthalten.

Das Zine ZN5 ist mit einem 2,4 Zoll großen Display im Querformat ausgestattet. Um in den Aufnahmemodus zu wechseln, muss man nur das Kodak Objektiv aufdecken. Dann erhält der Nutzer eine schnelle Fünf-Megapixel-Fotokamera mit Autofokus, Vierfach-Digitalzoomfunktion und Xenon-Blitz. Die integrierte Kombination aus Kodak Imaging-Technologie und Kodak Perfect Touch-Technologie bringt leuchtende und klare Bilder hervor. Neben „normalen“ Fotos können mit dem Zine ZN5 auch Serienbilder oder Panoramafotos produziert werden. Auf Knopfdruck kann man Fotos per TV-Out auf dem eigenen Fernseher zu Hause betrachten. Im Telefon-Modus bietet das Zine ZN5 die von Motorola patentierte CrystalTalk-Technologie, die es selbst bei lauten Umgebungsgläuschen ermöglicht, Anrufer besser zu verstehen und deutlicher verstanden zu werden. Mit dem Zine ZN5 sind Nutzer sowohl im GSM-Netz zuhause als auch per WLAN (Wireless Local Area Network) weltweit miteinander verbunden. Mit dem vollständigen HTML-Browser surfen Nutzer mit Highspeed im Internet. SMS-, MMS-, IM- und E-Mail-Funktionen sind ebenfalls integriert.

www.motorola.de

Original-Sound übereinstimmt. Die Equalizer umfassen neben den Standardeinstellungen Rock, Jazz, Classic, Pop und Bass auch vier exklusiv für LG entwickelte Justierungen, die

dem zwei Adapter im Messegepäck, die Musik vom iPod über die Auto-lautsprecher abspielen. Erstmals bietet Funkwerk Dabendorf auch ein Bluetooth-Headset an, das ebenfalls in Halle 9, Stand 313, zu sehen ist. Die neue Ego Cup FM lässt sich einfach in den Getränkehalter des Fahrzeugs stecken. Eine feste Installation ist nicht notwendig. Das kommt vor allem den Bedürfnissen jener Fahrer entgegen, die häufig ihre Fahrzeuge wechseln. Per Bluetooth wird die Ego Cup FM mit dem Mobiltelefon verbunden. Die Freisprechanlage ist der Nachfolger der gleichnamigen Ego Cup und setzt die edle Klavierlack-Optik der Ego-Serie fort. Die Sprach-

zusammen mit dem LG-KM380 erstmals präsentiert werden: Virtual Bass, Clear, Live und Comfort. Damit auch große Datenmengen schnell und einfach auf das LG-KM380 übertragen werden können, bietet das Gerät eine Highspeed USB 2.0 Verbindung und einen MicroSD Slot. Die unverbindliche Verkaufspreisempfehlung für das LG Handy lautet 169 Euro. www.lge.de



Funkwerk Dabendorf zeigt die Ego Cup FM



Funkwerk Dabendorf zeigt auf der IFA 2008 unter anderem die neue Freisprechanlage Ego Cup FM für den Getränkehalter. Für die iPod Nutzer hat das Unternehmen außer-



qualität der Ego Cup FM erreicht nach Herstellerangaben dank des FM-Transmitters fast das Niveau eines Festeinbaus. Weitere neue Funktionen sind ein Display und ein integrierter Akku. www.fwd-online.de

T-Mobile nimmt das BlackBerry Bold mit HSDPA-Technik ins Sortiment



T-Mobile führt jetzt auch das neue BlackBerry Bold Smartphone von RIM im Sortiment, das als erstes BlackBerry-Gerät HSDPA-fähig ist. Dank der Ausstattung mit HSDPA, EDGE und WLAN können T-Mobile Kunden mit dem BlackBerry Bold nahezu überall in Deutschland breitbandig mobil surfen und mailen. Als E-Mail-Anhänge heruntergeladene Word-, Excel- und PowerPoint-Dateien lassen sich mit der vorinstallierten Suite von DataViz Documents to Go auf der Qwertz-Komplett-Tastatur direkt auf dem Gerät bearbeiten. Nutzer können, während sie surfen oder E-Mail Anhänge downloaden, gleichzeitig telefonieren. Das BlackBerry Bold Smartphone bietet darüber hinaus eine Zwei-Megapixel-Kamera mit Blitzlicht und eine Fünffach-Digitalzoomfunktion. Über den erweiterten Mediaplayer lassen sich Einzelbilder und Diashows anzeigen und Filme im Vollbild-Modus abspielen. Musikfans können Audiodateien über die Stereo-Lautsprecher hören. Die mitgelieferte Software „BlackBerry Desktop Manager“ ermöglicht es, Bilder, Videos und Musikdateien zwischen Handheld und Computer zu synchronisieren und zu verwalten. Nutzer können damit Fotos bearbeiten und Fotoalben zusammenstellen. Auch Musiksammlungen auf Basis von iTunes lassen sich auf dem BlackBerry Smartphone anlegen.



High Speed USB 2.0 erlaubt einen komfortablen und schnellen Datenaustausch zwischen dem BlackBerry Bold und dem PC. BlackBerry Bold verfügt nicht nur über viele Organizerfunktionen, es unterstützt auch die zahlreichen Business-Anwendungen, die für BlackBerry erhältlich sind. Darüber hinaus ist ins BlackBerry Bold ein GPS-Empfänger für die dynamische Navigation per T-Mobile NaviGate eingebaut. Diese Software steht ab sofort als kostenloser Download zur Verfügung. Als Telefon bietet das BlackBerry Bold hohe Sprachqualität; so unterdrückt es beispielsweise störende Hintergrundgeräusche. Es bietet dem Nutzer zudem interessante Premium-Telefonfunktionen wie eine sprecherunabhängige Spracherkennung für die Sprachwahl und die Möglichkeit, Telefonkonferenzen einzuleiten und Rufweiterleitungen zu schalten. Hinzu kommen eine leistungsstarke Freisprechfunktion sowie die Unterstützung von Bluetooth 2.0 für die Verwendung von kabellosen Headsets und anderen Bluetooth-Geräten. Das BlackBerry Bold Smartphone wird ab sofort über T-Mobile Deutschland zu einem Preis von 39,95 Euro in Verbindung mit einem 24-Monate-Laufzeitvertrag im Tarif Relax 200 angeboten. Ohne Vertrag lautet die unverbindliche Preisempfehlung 459,95 Euro. www.t-mobile.de

POS-Aktuell

Web.de bietet ab sofort für seine Unified Messaging Services kostenlose 032-Rufnummer an

Web.de führt für seine Unified Messaging Services kostenlos persönliche Rufnummern unter der Service-Nummer 032 ein. Damit lassen sich Faxe empfangen und versenden sowie Sprachnachrichten aufzeichnen (Anrufbeantworterfunktion). Der Dienst wird im Mail-Postfach sowohl jedem Free-Mail- als auch Club-Kunden angeboten. Jede Nummer beginnt mit der Vorwahl 032-12 und wird ergänzt um die individuelle Rufnummer. Anrufer profitieren von günstigen Minutenpreisen und guter Erreichbarkeit auch aus dem Ausland. Die sogenannte nationale Teilnehmerrufnummer 032 wurde seitens der Bundesnetzagentur für ortsunabhängige VoIP Dienste geschaffen – registrieren können sich alle Kunden mit Wohnsitz in Deutschland. Sie wurde für Web.de auch für den Bereich der Unified Messaging Services (UMS) geöffnet. Im Zuge der Einführung werden auch Web.de Kunden, die bisher die 01212-Service-Nummer nutzten, auf die neue 032-Dienste-Nummer kostenlos umgestellt. Die Nutzungsmöglichkeit der alten mit 01212 beginnenden Nummern endet aufgrund einer Auflage der Bundesnetzagentur zum 30. September. Bereits einige Tage zuvor können sich Web.de Kunden eine neue und kostenlose 032-Rufnummer sichern.

Während des Ramadan können Prepaid-Kunden um 50 Prozent billiger in die Türkei telefonieren

Am 1. September beginnt für die mehr als eine Milliarde Muslime weltweit die Fastenzeit. Bis zum 29. September dauert der Ramadan, der auch durch gemeinsame Aktivitäten mit Familie und Freunden geprägt ist. Der Kontakt der türkischstämmigen Mitbürger in Deutschland zu Freunden und Familienangehörigen in der Türkei ist während dieser Zeit erfahrungsgemäß sehr intensiv. Deshalb halbiert Ay Yildiz im Fastenmonat die Kosten für Prepaid-Gespräche von Deutschland in die Türkei. Von der Aktion profitieren alle Bestands- und Neukunden der KolayKart sowie des Ayde Tarifs. Beispielsweise zahlt ein KolayKart Kunde somit automatisch vom 1. bis zum 30. September für Gespräche in türkische Mobilfunknetze statt 19 Cent nur noch 9,5 Cent für die Minute, ins türkische Festnetz reduziert sich der Minutenpreis auf 4,5 Cent.

AVM hält im Fritz! Labor neue Funktionen für die Fritz!Box Fon WLAN Modelle 7270 und 7170 bereit

Unter dem Motto „Alles neu – alles drin“ hat AVM seine neuesten Entwicklungen für die Fritz!Box im Fritz! Labor vorgestellt. Die Nutzer der Fritz!Box Fon WLAN-Modelle 7270 und 7170 erwartet dort eine Vielzahl neuer Funktionen rund um DSL, WLAN und Telefonie. Die neuen Funktionen stehen unter www.avm.de/labor zum Herunterladen bereit. Für die Fritz!Box Fon WLAN 7270 bietet AVM im Fritz! Labor erstmalig einen WLAN-Monitor. Dieser liefert nicht nur eine detaillierte Analyse der Funkumgebung, sondern lokalisiert auch potentielle Störfelder von benachbarten Funknetzen. Durch die Visualisierung der Problemfelder können Anwender entsprechende Gegenmaßnahmen einleiten: So kann zum Beispiel ein anderer WLAN-Kanal ausgewählt oder bei Nutzung der neuen Fritz!Box Fon WLAN-Modelle 7270 und 3270 auf das 5-GHz-Frequenzband umgeschaltet werden. Dieses Frequenzband wird weniger genutzt als das weitverbreitete 2,4-GHz-Band, bei dem es häufiger zu Beeinflussungen durch benachbarte Funknetzwerke kommen kann. Die spürbare Verbesserung der WLAN-Leistung durch die seltener auftretenden Doppelbelegungen von Kanälen werden übersichtlich im WLAN-Monitor angezeigt.

Ebenfalls neu im Fritz! Labor ist das einfache Hinzufügen von Geräten in ein bestehendes Netzwerk. Mit WPS – WiFi Protected Setup – genügt ein Knopfdruck, um Netzwerkgeräte schnell und sicher per WLAN in ein Netzwerk mit WPS-Unterstützung einzubinden. Einfach sechs Sekunden lang die WLAN-Taste auf der Geräteoberseite der Fritz!Box betätigen, und schon sind nach einer kurzen Bestätigung Computer und andere Netzwerkgeräte kabellos mit dem Internet verbunden. Gesichert ist die WLAN-Verbindung mit dem modernen Verschlüsselungsverfahren WPA.

Mit der Fritz!Box ins Internet, das geht jetzt auch ohne DSL-Anschluss. AVM bietet im Fritz! Labor eine UMTS/GSM-Funktion für die Fritz!Box Fon WLAN 7270 an. Dafür wird ein UMTS/GSM-Stick mit SIM-Karte an den USB-Anschluss der Fritz!Box gesteckt, anschließend kann über Breitband das Internet genutzt werden, auch wenn kein DSL zur Verfügung steht.

Mit der neuen Version des Fritz! Labors ist eine Priorisierung ausgewählter Geräte im Netzwerk möglich. Bei einer ausgelasteten Internetverbindung kann zum Beispiel einem bestimmten Computer der Vorrang beim Zugriff auf das Internet eingeräumt werden. Fritz! Labor bietet für die zwei Topprodukte Fritz!Box Fon WLAN 7270 und 7170 regelmäßig eine Reihe von neuen Leistungsmerkmalen – und das, bevor diese in reguläre Firmware-Updates einfließen. Interessierte Anwender können so neue Funktionen für die Fritz!Box schon vorab ausprobieren.

Bei E-Plus können „E-Seller“ jetzt Produkte von E-Plus, Base und vybemobile vermitteln

Die E-Plus Gruppe baut den Online-Vertriebskanal weiter aus. Ab sofort können Interessierte auf www.e-seller.de Produkte von E-Plus, Base und vybemobile vermitteln und

dadurch Geld verdienen. In Kürze wird zudem der Handel in das Programm durch gezielte Aktionen mit einbezogen. Das Programm ist einfach aufgebaut und bietet E-Sellern eine optimale Unterstützung bei der Werbung von Neukunden. Unmittelbar nach der Registrierung bekommt jeder E-Seller einen persönlichen Bereich inklusive eigenem Online-Shop zur Verfügung gestellt. Hier lassen sich unter anderem via E-Mail oder Newsletter Produkte empfehlen oder mit vorgefertigten Bannern im Internet bewerben. Ebenso stehen Werbemittel zum Download bereit.

Die verdiente Vergütung pro Vertragsabschluss erhält der E-Seller auf sein Konto überwiesen. So sind schnell attraktive Einnahmen möglich – unabhängig davon, ob gelegentlich Freunde und Bekannte geworben oder professionell Mobilfunkverträge vermittelt werden. Erfolgreiche E-Seller profitieren zudem von einer ansteigenden Vergütungsstaffelung.

The Phone House sucht Existenzgründer!

Informieren Sie sich über unser einzigartiges Franchisesystem. Kostenlose Infotage im September in Hannover (18.09) und in Karlsruhe (24.09). Jetzt informieren und anmelden unter: www.phonehouse.de/franchise

Schon über 70 Unternehmer haben sich für ihren Erfolg mit The Phone House entschieden. Wann sind Sie dabei?

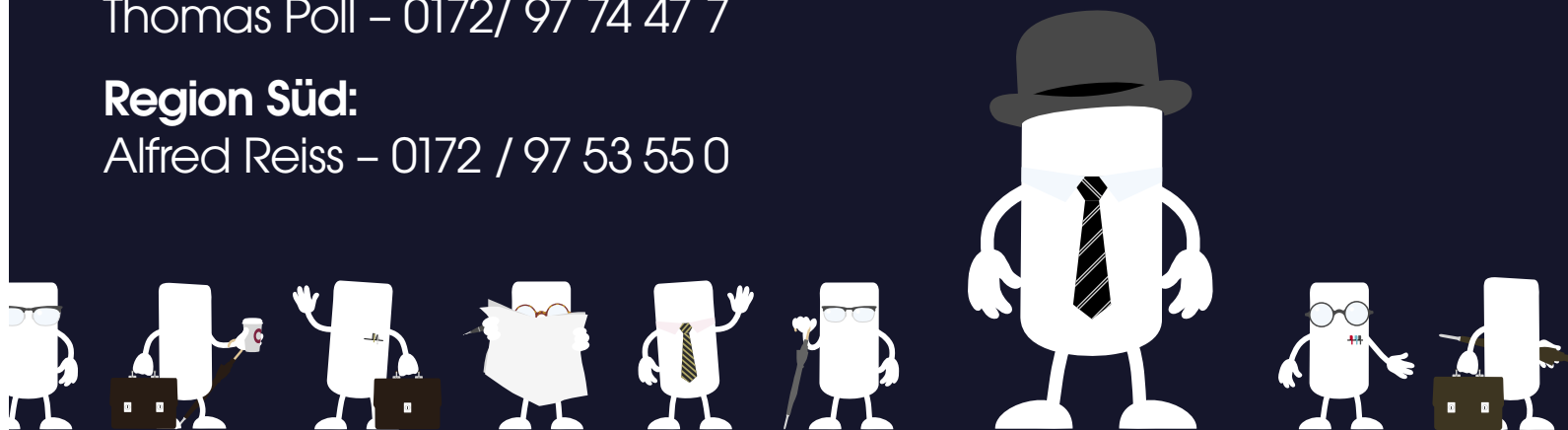
Wie Sie von unserer Stärke profitieren und unser Partner werden, erfahren Sie auch direkt über unsere Ansprechpartner:

Region Nord:

Thomas Poll – 0172/ 97 74 47 7

Region Süd:

Alfred Reiss – 0172 / 97 53 55 0



The Phone House
Kommunikation auf meine Art.

Falk hat sich auch bei den Navis als Marke etabliert

Wettbewerbs-Vorteile

Im Markt der mobilen Navigation ist Falk Marco Polo Interactive als Geräteanbieter einer der jüngeren Player. Dass sich die Produkte, die unter dem Namen Falk zu haben sind, in dem hart umkämpften Segment dennoch schon nach wenigen Jahren im Handel und bei den Endanwendern etabliert haben, liegt an mehreren Faktoren. „Hier ist an erster Stelle die Tatsache zu nennen, dass wir eine Tochter von MairDumont sind und die Leistungen dieses Unternehmens hinsichtlich Kartografie und Orientierung außerhalb jedes Zweifels stehen“, erklärte Florian Modrich, der seit 2002 bei Falk Marco Polo Interactive die Position als Senior Key Account Manager DACH innehatte und jetzt als neuer Sales Director die Verkaufsaktivitäten verantwortet, im Gespräch mit PoS-MAIL.

„Falk hat eine Markenbekanntheit von über 95 Prozent, und es dürfte wohl kaum einen Autofahrer aus der Vor-Navigationszeit in Deutschland geben, der nicht mindestens einen Falk-Plan im Handschuhfach mit sich geführt hat“, so Modrich. Hinzu kommen die bekannten Printprodukte, allen voran die Marco Polo Reiseführer, die Millionen von Reisenden im Urlaub oder auf Städtetouren begleitet haben oder noch begleiten. „So sorgt der Markenname in Verbindung mit dem gut bekannten Logo, weißer Schriftzug in einem roten Punkt, für einen hohen Wiedererkennungseffekt im Laden“, meinte Modrich. „Und die hohe Glaubwürdigkeit und Seriosität, die mit dem Markennamen verbunden ist, führt beim Kunden im Verkaufsgespräch am Point of Sale zu einem guten Gefühl.“

Die hohe Kompetenz der Muttergesellschaft bei Reiseführern und

Kartografie kommt, und das ist ein weiterer wesentlicher Erfolgsfaktor, den Geräten auch unmittelbar zugute. Denn diese profitieren nicht nur von der Aktualität der Angaben, die von einer eigenen Mannschaft sichergestellt wird, sondern auch von den vielfältigen



Florian Modrich

Informationen, die zu Millionen von Points of Interest im Unternehmen vorhanden sind. „Die Marco Polo Insider-Tipps, die in unseren Navigationsgeräten abrufbar sind, stellen ein ganz deutliches Abgrenzungsargument zu unseren Wettbewerbern dar“, betonte Modrich.

Als weiteren Grund für den schnellen Markterfolg des Unternehmens nannte der Sales Director den hohen Designanspruch. „Wir sind zunächst mit Routenplanung im Internet und Software gestartet. Als wir den Entschluss gefasst hatten, eigene Geräte unter dem Namen Falk zu produzieren, war von vornherein auch klar, dass dies nur mit eigenem und unverwechselbarem Gerätedesign zum Erfolg führen kann“, so Modrich. Eine eigene Entwicklungsabteilung am Firmensitz in Ostfildern entwickelt heute Geräte und Programme und legt die strengen Produktionsvorgaben fest, nach denen die Geräte in Fernost her-



Als erstes Gerät der Falk F-Serie wird das neue Falk F10 mit einem schwarzen Gehäuse angeboten. Eine überarbeitete Darstellung auf dem Display macht die Nutzung des Gerätes noch bedienerfreundlicher und die Navigation sicherer. Herausragendes Feature der Neuheit ist jedoch die Fähigkeit, zu lernen und ständig neue Inhalte zu integrieren.



geschaffen.“ Begeistern sollen sich die potentiellen neuen Handelspartner dabei nicht nur für die Produkte und die damit verbundenen Ertragsmöglichkeiten, sondern auch für die Abverkaufsunterstützung durch Falk. „Neben der Sortimentsberatung zum Einstieg bieten wir die unterschiedlichsten Werbe- und

die Daten aggregiert, aufbereitet und den Nutzern in regelmäßigen Abständen zum Download zur Verfügung gestellt.“ Auf diese Weise soll sichergestellt werden, dass vor allem die Routenempfehlungen von Ortskundigen und Vielfahrern bei allen Besitzern eines Falk Navis zu optimierter Routenführung führen.

„Taxi- und Kurierfahrer nutzen zum Beispiel oftmals zu unterschiedlichen Zeiten unterschiedliche Strecken, weil sie das Verkehrsaufkommen besser einschätzen können“, meinte Kienle. Doch das Lernen beschränkt sich nicht allein auf die Wegstrecken, die dem Fahrer neben den Optionen „kurz“ und „ökonomisch“ jetzt

ebenfalls „schlau“ zur Auswahl anbieten, sondern auch auf die POIs. Jeder Nutzer kann eigene POIs auf dem Navi erstellen, diese mit bis zu fünf Sternen bewerten und sie über das Internet einer stark wachsenden Falk Community zur Verfügung stellen.

Das neue Falk F10 bietet darüber hinaus unter anderem Travel Guide 2.0, TMC pro, Bluetooth, Sprachsteuerung und Split-Screen. Das Gerät wird mit einem schwarzen Gehäuse angeboten. Im Preis von 399,95 Euro (UVP) ist das Falk Karten Abo Europa enthalten. www.falk.de

Falk wird neuer Partner von Skoda

Skoda Auto Deutschland hat das Zubehörangebot erweitert und sich für die mobilen Navigationslösungen von Falk entschieden: Seit Juli wird bei rund 1.400 Skoda Servicepartnern das komplette aktuelle Sortiment der Navigationssysteme angeboten. Die Kooperation startet mit den derzeit lieferbaren Falk Produkten, angefangen bei den handlichen 3,5“-Reisenavis der M-Serie über 4,3“-Geräte der neuen F-Serie bis zum High-End-Navigationsgerät F8 Complete mit Bluetooth, Freisprecheinrichtung und Sprachsteuerung bekommen Skodakunden das komplette Sortiment. Und natürlich wird auch das neue F10 ins Sortiment aufgenommen.

gestellt werden. Vor Ort sorgt eine eigene Niederlassung mit einer ebenso strengen Qualitätssicherung dafür, dass wirklich nur Produkte des geforderten Qualitätsniveaus ausgeliefert werden. Dafür, dass die Zusammenarbeit mit dem Technikhandel funktioniert, sorgen Großhändler, Kooperationen und Distributoren. So sind Falk Navigationsgeräte über alle namhaften Distributoren der TK-Branche ebenso zu beziehen wie über breit aufgestellte Distributoren wie Ingram Micro, und auch bei den Zentralen der Handelsgruppen ist Falk gelistet – selbst Fotohändler können die Produkte über die Ringfoto Zentrale in Fürth beziehen.

Verkaufsförderungsmaterialien und -aktionen, von einfachen Broschüren und Postern bis zu attraktiven Zweitplatzierungen“, führte Modrich aus. Und natürlich können auch immer wieder neue Produkte und Ausstattungsmerkmale als Pluspunkte in die Waagschale geworfen werden.

Selbstlernendes Navi

Zum Beispiel eine Neuheit wie das selbstlernende Navigationsgerät Falk F10, das zur IFA 2008 präsentiert wird und im Oktober zur Verfügung stehen soll. „Mit der neuen lernenden Navigation wird sich die herkömmliche Routenberechnung grundlegend ändern“, sagte Marko Kienle, der



Die Marco Polo Insider-Tipps sind einer der Erfolgsfaktoren, durch die sich Falk Navigationsgeräte von Wettbewerbsprodukten unterscheiden. Hier kann Falk Marco Polo Interactive auf die Kompetenz der Muttergesellschaft MairDumont zählen.

Um die Präsenz im Handel weiter auszubauen, will Falk Marco Polo Interactive nach der IFA 2008 besondere Anstrengungen im Bereich der freien Fachhändler unternehmen. Modrich: „Hier gibt es noch großes Potential für uns, und um die Ansprache dieser Händler zu optimieren, haben wir vier neue Stellen im Außendienst

das Produktmanagement bei Falk Marco Polo Interactive leitet. „Das lernende Navi registriert laufend, wie schnell der Nutzer tatsächlich vorankommt und speichert Abweichungen von der ursprünglich berechneten Zeit. Die gesammelten Erkenntnisse können dann anonym auf den Falk Kartenserver übertragen werden. Dort werden

Falk Marco Polo Interactive

Falk Marco Polo Interactive (FM-I) ist ein Tochterunternehmen von MairDumont mit Sitz in Ostfildern bei Stuttgart. Auf Basis der vielfach prämierten Technologien ist FM-I in folgenden Geschäftsfeldern aktiv: „Navigationssysteme und Dienste für Reisende“ mit Produkten wie dem Falk Navigator und Internetdiensten wie Falk.de; „Geografische Informationssysteme (GIS) für Geschäftskunden“ mit Produkten wie dem Falk Filialfinder und dem Falk Anfahrtsplaner; „Content“ – dem Vertrieb von Inhalten aus dem Portfolio von MairDumont und dem Bereich „Media“, d. h. der Nutzung des Mediaangebots von FM-I für Kommunikationskonzepte.



Vodafone will zwei Neubau-Großprojekte starten

Nahezu zeitgleich will Vodafone Deutschland mit zwei Neubau-Großprojekten in Düsseldorf und Ratingen beginnen – sobald alle vertraglichen und planerischen Voraussetzungen abgeschlossen sind. Die neue Deutschland-Zentrale soll in der nordrhein-westfälischen Landeshauptstadt Düsseldorf entstehen. Geplant ist ein moderner Vodafone Campus als neue „Visitenkarte“ des Konzerns. In Ratingen, heute bereits Sitz der größten regionalen Vodafone-Niederlassung, soll ebenfalls neu gebaut werden. Dort soll im Stadtteil Lintorf ein zweiter Campus entstehen. Derzeit laufen intensive und konstruktive Gespräche mit den beiden Städten und weiteren Partnern, um die Voraussetzungen für die beiden Großprojekte zu schaffen. Zusammen sollen dann ab 2012 an den zwei Standorten rund 7.000 Mitarbeiter arbeiten.

„Unsere Industrie bleibt eine Wachstumsindustrie, und Vodafone ist bestens aufgestellt. Unsere Mitarbeiter brauchen ein ebenso kreatives wie attraktives Arbeits- und Wohnumfeld. Beides finden wir in NRW und in der Region Düsseldorf“, erklärte Friedrich Joussen, Vorsitzender der Geschäftsführung von Vodafone Deutschland.

Versatel AG erwartet höheren Umsatz und besseres Ergebnis

Die Versatel AG hat mit der Veröffentlichung der Geschäftszahlen zum zweiten Quartal 2008 die Umsatz- und Ergebniserwartungen für 2008 angehoben. Auf der Grundlage der positiven Geschäftsentwicklung im zweiten Quartal hat der Vorstand die Umsatzziele von 730 Mio. bis 740 Mio. Euro auf 760 Mio. bis 770 Mio. Euro angehoben. Gleichzeitig wurde das zu erwartende, bereinigte EBITDA-Ziel von mindestens 200 Mio. Euro auf 210 Mio. bis 220 Mio. Euro heraufgesetzt. Die Versatel AG konnte im zweiten Quartal mit einem Umsatzplus von 29 Prozent im Vergleich zum Vorjahresquartal eine Steigerung auf 211 Mio. Euro verzeichnen. Der ARPU-Verfall (Average revenue per user; durch-

schnittlicher Umsatz pro Kunde) im Privatkundengeschäft, der starke Preisdruck im Geschäftskundensegment und die negativen saisonalen Effekte in allen drei strategischen Segmenten konnten durch die positive Entwicklung des Privatkunden- und Wholesale-Segments deutlich überkompensiert werden.

Das bereinigte EBITDA belief sich auf 65,1 Mio. Euro und lag somit 26,4 Mio. Euro oder 68 Prozent über dem bereinigten EBITDA des Vorjahresquartals. Wesentlicher Einflussfaktor dafür ist, neben dem Umsatzanstieg, die deutlich reduzierte Kostenbasis der Versatel AG um zirka acht Millionen Euro im Vergleich zum zweiten Quartal 2007. Positive Effekte des Effizienzsteigerungsprogramms zeigten sich in den Personalaufwendungen, den Marketingkosten, den Wartungs- und Instandhaltungskosten sowie den sonstigen Kosten.

Das Konzernergebnis lag mit 7,9 Mio. Euro deutlich über dem Ergebnis des Vorjahreszeitraums in Höhe von minus 57 Mio. Euro. Neben dem deutlich gestiegenen Ergebnis begründet sich diese Differenz durch die Goodwillabschreibung sowie höhere Refinanzierungsaufwendungen des Vorjahresquartals.

Brightpoint übernimmt weiterhin Logistik für HanseNet Produkt

Brightpoint wird zwei weitere Jahre die Logistikdienstleistungen für HanseNet übernehmen. Ein entsprechender Vertrag wurde jetzt unterzeichnet. Brightpoint hatte seinerzeit nach einer Ausschreibung den Zuschlag bekommen und konnte sich nach der ersten Phase der Zusammenarbeit, die über die letzten 15 Monate lief, erfolgreich gegen den Wettbewerb durchsetzen. Im Vertrag geht es um das HanseNet Produkt „Alice Mobile“, für das Brightpoint umfangreiche maßgeschneiderte Logistikdienstleistungen erbringt. Diese umfassen die Beschaffungslogistik, die Konfektionierung sämtlicher Handymodelle sowie die gesamte Vorwärts- und Rückwärtslogistik. Dank des kompletten Outsourcings und Handlings bei Brightpoint entstehen für HanseNet erhebliche Kosten- und Zeitersparnisse.



The Phone House stellt 22 neue Auszubildende ein

22 junge Menschen haben im August ihre Ausbildung bei The Phone House in Münster begonnen. Das Unternehmen bildet in diesem Jahr 20 Einzelhandelskaufleute sowie eine Kauffrau im Groß- und Außenhandel und einen Informatikkaufmann aus. „Mit der hohen Anzahl an Auszubildenden im Einzelhandel reagieren wir auf die Expansion unserer Shops“, sagte Roland Hoffmann, Leiter Personal bei The Phone House. Durch die gezielte Ausbildung von Fachkräften sei sichergestellt, dass auch in Zukunft genügend qualifizierte Mitarbeiter zur Verfügung stehen. Während die Kauffrau im Groß- und Außenhandel und der Informatikkaufmann in der Zentrale in Münster eingesetzt werden, ist die Ausbildung der Einzelhandelskaufleute nach einem eigenen Konzept organisiert: Pro Ausbildungsjahr arbeiten sie sechs Monate lang in den Shops ihrer jeweiligen Heimatstadt. Das weitere halbe Jahr verbringen sie in Münster. Drei Monate lang werden sie in den Fachabteilungen der Zentrale ausgebildet, die verbleibenden drei Monate besuchen sie gemeinsam das Ludwig-Erhard-Berufskolleg. Um diese Form des Blockunterrichts gewährleisten zu können, wurde in der Berufsschule eine eigene Klasse für die The Phone House-Azubis eingerichtet.

NEU!

SystemHandy AGFEO DECT 50



- Wahlwiederholung
- Anrufliste
- Funktionstasten-übersicht
- Telefonbuch



mit Twinning-Funktion

- CLIP, sehen wer anruft
- Freisprechen/Lauthören
- Einfache Funktionsauswahl über Navigationstaste
- 2 Softkeys
- Energiesparmodus
- 10 Klingeltöne mit einstellbarer Lautstärke, inkl. speziellem Türgong
- Vibrations-Alarm
- und vieles mehr...



Anschluss



Telefonbuch



Haussteuerung



TFT-Display

AGFEO

einfach | perfekt | kommunizieren

AGFEO Telekommunikation · Gaswerkstraße 8 · D-33647 Bielefeld

Info-Line: *+49 (0) 700 CALL AGFEO *+49 (0) 700 2255 24336

*[0,14 € /min a. d. Festnetz, andere Mobilfunkpreise möglich]

Fax: +49 (0) 521/447 09-98 555 · info@agfeo.de · www.agfeo.de

Philips: Streamium Wireless Music System

Grenzenloser Musikgenuss

Mit Streamium hat Philips ein System ins Leben gerufen, mit dem sich Musik drahtlos von einer Basisstation aus an verschiedene Orte innerhalb einer Wohnung oder eines Hauses transportieren lässt. Darüber hinaus kann man jetzt auch Internet-Radio hören sowie auf Dateien zugreifen, die sich auf einem Netzwerk-PC oder Server befinden.

Bereits vor sieben Jahren hat Philips die ersten Streamium-Geräte vorgestellt, womit die Niederländer ihrer Zeit jedoch noch weit voraus waren. Zwischenzeitlich ist MP3-Musik allgegenwärtig geworden, und leistungsfähige WLAN-Systeme erleichtern den Aufbau eines Heimnetzwerkes. Das aktuelle Produktportfolio bietet von reinen Wiedergabestationen ohne Festplatte, Streaminggeräten mit integrierter Festplatte sowie kompletten Micro-Anlagen mit externen Lautsprechern für jeden Geschmack das passende System. Das Philips Streamium Wireless Music System speichert die komplette Musiksammlung auf Festplatte und bietet jetzt zusätzlich die große Welt des Internetradios für jeden Raum im Haus.



André Lang-Herfurth: „Um den Mehrwert zentraler Musikarchivierung zu zeigen, benötigt der Händler nur eine Center-Einheit und eine weitere Station.“

jedem Raum zu haben, ohne Kabel verlegen zu müssen, oder der Zugriff auf ein vorhandenes MP3-Archiv auf Server oder PC, das sind Innovationen und Mehrwerte, die eine Hochberatung sehr einfach machen. Im übrigen unterstützt Philips die Konsumenten nachfrage durch aktive PR-Arbeit und unsere Partnerschaft mit dem Internetradiosender QUU.FM, auf dem Ray Cokes in diesem Jahr sein Comeback in Deutschland feiert.“

Home Entertainment

Trotz der mannigfaltigen Möglichkeiten der Streamium-Systeme lassen sich die Geräte einfach bedienen und vor allem einfach einrichten. Auspacken, aufstellen, einschalten – mehr hat der Kunde nicht zu tun, denn Center und Station finden einander sekunden-schnell und konfigurieren sich automatisch. Damit spielen die Streamium-Geräte im Home-Entertainment-Bereich eine wichtige Rolle. „Die Einbindung in ein Heimnetzwerk beziehungsweise die Kommunikation zwischen den Streamium-Geräten ist ein hochwertiges Feature“, so André Lang-Herfurth weiter. „Während die Möglichkeiten dieser Technologie noch immer für viele Verbraucher kleine Wunder darstellen, so gehen wir fest davon aus, dass sich diese Einbindung in den nächsten zehn

Potential zum Hochberaten

Für den Händler öffnen sich hier neue Wege, Kunden nicht nur ein Gerät zu verkaufen, sondern für neue Anwendungen zu begeistern. „Streamium ist aus unserer Sicht ein High-End-Feature, welches eine exzellente Vorlage zur Hochberatung bietet“, erläutert André Lang-Herfurth, Customer Marketing Manager. „Musikleistung und Klangqualität sind extrem wichtig, aber Internetradio, ohne den PC anschalten zu müssen, seine Musiksammlung abrufbar in



Jahren zum Standard entwickeln wird, da die Nutzung von MP3 und Heimnetzwerken nicht aufzuhalten ist. Wir setzen diese Trends jetzt schon gezielt um, um dem Konsumenten aus Sicht der Unterhaltungselektronik einen Mehrwert zu bieten.“ Die Voraussetzungen für den Verkauf der Streamium-Systeme sind gering. „Um den Mehrwert von zentraler Musikarchivierung und das Abrufen zu demonstrieren, benötigt ein Händler lediglich eine

Mit Streamium überträgt man Musik kabellos vom Center an eine Station oder brennt CDs mit Höchstgeschwindigkeit. Nach Belieben greift man auf die Inhalte von PC und MP3-Player zu und sendet die Musikauswahl an beliebige Räume im Haus oder greift auf Internet-Radiosender der ganzen Welt zu.

Center-Einheit (z. B. WACS7500) und eine oder mehrere Stationen. Bei der WACS7500 ist eine solche im Lieferumfang. Um den Mehrwert des Internetradios zu demonstrieren, benötigt der Händler einen DSL-Breitband-Anschluss und einen Router. Ein PC ist hilfreich, um den Router zu konfigurieren, ist aber im Geschäft nicht zwingend nötig.“ www.philips.de

Für den Endverbraucher bieten die Streamium-Geräte echten Mehrwert. Egal, ob auf der Terrasse, im Bad oder in der Küche, empfangen die Stationen alle Musikstücke kabellos.

- **Über 10.000 Radiosender.** Internetradio bei Philips bedeutet Zugriff auf mehr als 10.000 vorinstallierte Radiosender weltweit, die nach Musikgenre oder Herkunft durchsuchbar sind. Eintönigkeit oder Langeweile sind damit ein für allemal abgeschafft.
- **Zugriff auf das MP3-Archiv.** Je nach Nutzerbedürfnis bietet Philips eine Lösung, um das MP3-Archiv abzurufen. Ist eine MP3-Sammlung bereits auf dem PC, der Netzwerkfestplatte oder dem Server vorhanden, so kann der Anwender mit allen Philips-Lösungen per UPnP darauf zugreifen. Ist eine solche Sammlung noch nicht vorhanden, bieten WACS7500 oder MCi500H die Möglichkeit, eine solche auf ihren integrierten Festplatten anzulegen. Um eine vorhandene MP3-Sammlung in jedem Zimmer zugänglich zu machen, die CD-Sammlung übersichtlicher zu gestalten und schnell die gesuchte Musik zu finden, sind die Streamium-Lösungen von Philips ideal geeignet.
- **Abruf von Musikdateien in jedem Zimmer.** Egal, ob die MP3-Sammlung auf dem PC oder auf einer Centereinheit liegt, Philips bietet mit seinen Stations WAS7500, WAS6050 und den Netzwerkspielern die Möglichkeit, die Musik in jedes Zimmer zu holen, indem die Stations kabellos auf die Archive zugreifen. Damit hat der Nutzer den Vorteil, die Musik im ganzen Haus zu verteilen, ohne Kabel verlegen zu müssen.



My Room, My Music: Jetzt können alle Familienmitglieder ihre persönliche Lieblingsmusik hören – in ihren eigenen Räumen und zur gleichen Zeit. Mit einem Wireless Music Center und bis zu 5 Stationen lässt sich der individuelle Musikgeschmack von bis zu sechs Personen bedienen, und zwar gleichzeitig.



Music Follows Me: Der aktuell laufende Titel muss nicht mehr unterbrochen werden. Ein Tastendruck an der Basisstation und ein weiterer am Empfänger in einem anderen Raum genügen, und die Musik folgt einem nach und man verpasst keinen Ton. Der Titel, zu dem man aufgewacht ist, folgt einem an den Frühstückstisch.



Music Broadcast: Der Partymodus, denn es spielt die gleiche Musik auf jeder anderen Station im ganzen Haus. Philips hat es geschafft, Überlagerungen zu vermeiden. Selbst wenn man in einem Raum zwei Stationen gleichzeitig hören kann, gibt es keine Laufzeitverzögerungen und daraus resultierende Klangdifferenzen.



Mit der modernen und tragbaren WAS6050 Wireless Music Station kann man seine gesamte Musiksammlung in jedem Raum ganz ohne Kabel genießen. Mit „My Room, My Music“, „Music Broadcast“ und „Music Follows Me“ stehen weitere Entertainment-Funktionen zur Verfügung.



Die MCi500H aus dem Streamium-Programm ist eine Netzwerk-Microanlage mit 160 GByte Festplatte, zwei externen Boxen und Internet-Radio. Bis zu 2.000 CDs finden auf der Festplatte Platz, wobei das Album-Cover auf dem Farbdisplay angezeigt wird. Das System ist mit bis zu fünf WiFi-Stationen erweiterbar.

KERNARGUMENTE

- MP3-Archive sind in jedem Zimmer zugänglich.
- Die Musiksammlung befindet sich an einem Ort und erlaubt schnellen Zugriff auf alle Titel.
- Der Anwender behält den Überblick über seine gespeicherte Musik.
- Internetradio bringt Musikgenuss ohne Grenzen.
- Musik lässt sich im ganzen Haus abrufen.
- Attraktives Design für jede Wohnlandschaft
- Automatische Konfiguration



MP3

Neue Ohrkanalhörer von Panasonic

Panasonic erweitert seine Ohrkanalhörer-Serie RP-HJE um die Modelle RP-HJE240, HJE170 und HJE100. Der HJE240 ist vor allem für den iPod-Nano konzipiert und in den Farbvarianten Silber, Schwarz, Rot, Grün, Blau und Pink erhältlich. Damit der vier Gramm leichte Ohrhörer eine saubere Signalübertragung und ein ausgeglichenes Klangbild über den gesamten Hörbereich liefert, stellt ein vergoldeter 3,5 mm Stereo-Mini-Stecker die Verbindung zum Player her. Die Wandlereinheit des HJE240 besitzt einen Frequenzgang von 6 Hz bis 23 kHz. 1,2 Meter Kabellänge bieten genug Bewegungsfreiheit, um den Player unterwegs in der Jackeninnentasche zu verstauen.

Der HJE240 ist ab sofort für 24,99 Euro erhältlich. Speziell für junge Musikfans ist der HJE100 gedacht. Hier machen der Preis von 14,99 Euro und die Farbauswahl Spaß. Neben Ausführungen in Schwarz und Weiß ist der HJE100 in den poppigen Farben Pink, Blau und Orange erhältlich. Ab Oktober 2008 komplettiert der HJE170 das Ohrkanalhörer-Trio 2008. Mit seinem transparenten Design in kristallweißer, saphirblauer, granatroter oder onyx-schwarzer Glanzoptik ist dieses Modell ein eleganter Hingucker, der für 19,99 Euro viel Klangqualität zum überschaubaren Preis bietet.

www.panasonic.de

„Beats“-Kopfhörer von Monster

Monster stellt das erste Produkt vor, das von dem legendären Musikproduzenten und Musiker Dr. Dre promotet wird. Die neuen „Beats by Dr. Dre“-Hochleistungskopfhörer



wurden von Dr. Dre erdacht und gemeinsam mit der wegweisenden Technologie von Monster entwickelt. Die Kopfhörer weisen ein einzigartiges und futuristisches Design auf und verfügen über herausragende klangliche Eigenschaften für ein neues Hörerlebnis. Um das reiche, volle Klangerlebnis der besten modernen Aufnahmen wiederzugeben, werden bei den „Beats“ Power Isolation-Kopfhörern neue Treiber-Technologien verwendet. Das Ergebnis ist eine natürliche Klangwiedergabe, gutes Einschwingverhalten und ein reicher und tiefer Bass. „Beats by Dr. Dre“ haben ein einzigartiges und avant-gardistisches neues Aussehen. Das breite, einstellbare Kopfband, die klappbaren Ohrmuscheln und das hochwertige Monster-Kabel sorgen für ein besonderes Beats-Hörerlebnis, sowohl bei Komfort wie in Funktion. „Beats by Dr. Dre“ werden mit einer Tragetasche in ansprechendem Design mit antibakteriellem Reinigungstuch, einem speziellen Monster-Kopfhörerkabel, einem Klinkenstecker-Adapter von 3,5 mm auf 1/4 Zoll sowie Monsters iSoniTalk, einem Mikrofon/Kopfhörer-Adapter für Apple iPhones, ausgeliefert.

www.monstercable.com

Sonos stellt neue Zone-Player vor

Sonos erweitert sein Multi-Room Music System mit zwei neuen Zone-Playern. Der ZP120 mit integriertem Verstärker kann direkt mit Lautsprechern verbunden werden und beispielsweise im Schlafzimmer oder auf der Terrasse positioniert werden.

Der ZP90 hingegen ist für den Anschluss an eine Heimkino- oder Stereoanlage gedacht, um vorhandene Audiosysteme nutzen zu können. Die neuen ZonePlayer arbeiten mit SonosNet 2.0, der drahtlosen Mesh-Netzwerktechnologie von Sonos, die die Reichweite des Multi-Room Music Systems verdoppelt. SonosNet 2.0 nutzt das Mesh-Netzwerk in Verbindung mit modernster



drahtloser MIMO-Technologie (Multiple Input, Multiple Output), welche drei Antennen für das Senden und Empfangen von Musik verwendet. SonosNet 2.0 sorgt dabei für eine perfekte Synchronisierung und bringt Musik zu jeder Zeit an jeden Ort, ohne

störende Kabel. Beide neuen Zone-Player sind mit allen früheren Generationen der Sonos ZonePlayer, Controller und ZoneBridges kompatibel.

www.sonos.com

TrekStor MP3-/Movie-Player in drei Größen

TrekStor bringt mit dem i.Beat move einen trendigen MP3-/Movie-Player auf den Markt. Den handlichen Player, der in den Farben Schwarz-Orange oder Schwarz-Silber erhältlich ist, gibt es in den Größen S, M und L. Der kleine Audio- und Movieplayer unterstützt neben den herkömmlichen MP3-, WMA- und WAV-Dateien auch das WMA-DRM-9-Format. Zudem kann er Videos im AVI-Format wiedergeben, zeigt JPEG-Fotos an und besitzt ein integriertes FM-Radio mit 25 Radio-Stationsspeicherplätzen sowie automatischem Sendersuchlauf. Zusätzlich verfügen der i.Beat move M und L über einen microSD-Spei-

cherkartenslot. Der i.Beat move ist mit unterschiedlich breiten Displays und Größen erhältlich. Die S-Variante des Movie-Players hat die Abmes-



sungen 38,5 mm x 74,5 mm x 9,5 mm (B x H x T) und eine Bildschirm-diagonale von 3,8 cm. Die L-Variante hat das größte Display mit einer Diagonale von 5,1 cm und den Maßen 45,5 mm x 78,0 mm x 10,0 mm (B x H x T). Der i.Beat move M liegt mit seiner Bildschirmdiagonale von 4,6 cm genau in der Mitte. Weiterhin gehören ein High-Speed USB 2.0-Anschluss, Stereo-Kopfhörer, eine Ordner-Navigation sowie ein integrierter Lithium-Polymer-Akku zu der Ausstattung. www.trekstor.de

Archos macht Internet und Multimedia mobil

Mit dem Media Internet Tablet eröffnet Archos dem Anwender neue Wege für den einfachen Zugriff auf Internet, Multimedia und Fernsehen unterwegs. Die drei Geräte Archos 5, Archos 5g und Archos 7 im schlanken Edelstahlgehäuse kombinieren eine intelligente Benutzeroberfläche mit ergonomischem Design für das Surfen im Internet sowie den schnellen Zugriff auf Media-Inhalte auf der Festplatte des Gerätes.

Durch die Implementierung des ARM Cortex Superscaler Mikroprozessors erreicht das Internet Media Tablet die Leistung eines Laptops. Mit dem hochauflösenden 5 Zoll- oder 7 Zoll-Touchscreen Display mit einer Auflösung von 800 x 400 Pixeln werden Media-Inhalte in bester Qualität wiedergegeben.

Besonderes Merkmal der neuen Produktreihe ist eine vollständige E-Mail-Funktion, welche das Abrufen und Beantworten von Mails sowie den Versand von Dateianhängen ermöglicht. Die 3.5G-Technologie sorgt für die unterbrechungsfreie Verbindung mit dem Internet sowie schnelle Datenübertragung unterwegs. Animierte Hintergrundbilder sorgen für einen personalisierten Startbildschirm, der HDMI-Ausgang sorgt für eine hochauflösende Fernseh wiedergabe, und Speicherkapazitäten der internen Festplatten von bis zu 320 GByte ermöglichen eine einfache Datenorganisation.

„Heutzutage begegnen wir permanent technologischen Neuerungen wie beispielsweise Media Playern, die das Surfen auch unterwegs über eine 3.5G-Verbindung ermöglichen“, so Henri Cohas, Archos-Gründer und CEO. „Archos präsentiert nun mit dem Internet Media Tablet ein vollkommen neues Konzept. Diese Produktreihe setzt Standards für die mobile Nutzung von Medien. Die Internet Media Tablets sind eine echte Internet Multimedia Plattform mit WiFi und/oder 3.5G HSDPA. Außerdem ermöglicht die TV-zentrierte Ausrichtung dem Anwender, seine gesamte Multimedia-Sammlung und das Internet auf dem Fernsehen zu genießen.“ www.archos.com



XXL® IVORY EMOTION HDMI

★★★★★ Quality

OEHLBACH®

Faszinnovation

- Die „Do it yourself“ Heimkinoinstallation
- Individuelle Längen möglich
- Lötfreie HDMI-Stecker für Selbstmontage
- HDMI-Kabel aus HPOCC® Kupfer
- Auflösung bis 1080p/1.3 (max. 15 m)

Besuchen Sie uns
auf der IFA
Halle 1.2 - Stand-Nr. 119



www.kabelkonfigurator.com | E-mail: info@oehlbach.de

oehlbach.de

OEHLBACH® Kabel GmbH | Industriestraße 8 | D-76297 Stutensee
Tel.: +49-7249/9464-0 | Fax: +49-7249/9464-33

Der Desktop ist zukünftig überall Cloud Computing

Wer bei „Cloud Computing“ an den Beatle George Harrison und sein legendäres Musik-Album „Cloud Nine“ denkt, liegt daneben. Der in jüngster Zeit häufiger gebrauchte Begriff aus dem Bereich der Computer-Technologie ist ein Synonym für „Cloud IT“: Bei der „Wolke aus Rechnern“ wird die jeweils erforderliche Software nicht mehr auf dem Desktop- oder Mobilrechner des Benutzers installiert, sondern befindet sich auf dem Server eines Dienstleisters oder Internetportals und wird von einem

beliebigen Rechner aus auf einem Internet-Browser genutzt. Die erstellten oder zu bearbeitenden Anwendungsdaten wie Textdokumente, Fotografien, Grafiken oder Präsentationen liegen auf einem im Internet befindlichen Server sicher gespeichert, sozusagen „in den Wolken“. Das auf den ersten Blick gewöhnungsbedürftige Konzept bringt zahlreiche Vorteile mit sich und verfügt nach Meinung hochkarätiger IT-Spezialisten über das Potential, die bisherige Art der Computer-Nutzung grundlegend zu verändern.

Das Internet wird zur „Wolke“

„Cloud“ wurde in der bisherigen Internet-Berichterstattung ausschließlich im Zusammenhang mit dem Begriff „Cloud Computing“ erwähnt. Neuerdings wird der Begriff in der englischsprachigen Blogosphäre häufig als Synonym für das gesamte Internet benutzt und findet hohe Akzeptanz. „Cloud“ könnte über die Qualitäten verfügen, das bemüht klingende, strapazierte „Web-2.0“ nach dem Prinzip „Wir sind das Volk!“ durch die Mehrheit der Akteure abzulösen. Weil Social Networks, Chat-Räume, Diskussions-Foren, Video- und Musik-Portale, Blogger-Sites und Foto-Communitys fortlaufend Daten miteinander austauschen und oft fernab der eigenen Rechner-Festplatte speichern, erscheint die Umschreibung Cloud zutreffend. Die Umsetzung des Cloud-Prinzips positioniert den Computer-Arbeitsplatz (Desktop) ins Internet. Dort kann er per Internetverbindung von jedem beliebigen Ort aus genutzt werden. Nach dem Einlogg-Vorgang findet der Anwender auf seinem „Cloud“-Desktop die gewohnte Arbeitsumgebung, seine Kontaktdaten, eMails, Lesezeichen und gespeicherten Daten vor. Welchen Rechner er dabei benutzt, ist unwichtig geworden. Zu lösen ist noch das Problem der zuverlässigen Absicherung gegen unbefugte Zugriffe auf die Anwendungsdaten während des Transfers zwischen lokalem Client und Internet-Server.

Netbooks sind ideal für Cloud Computing

Seit der Markteinführung des ersten Asus Eee PCs im Oktober 2007 sind ähnlich ausgestattete Mini-Notebooks der Mitbewerber auf dem Markt erschienen. Im Verlauf der IFA 2008 wird sich das Angebot der

„Netbooks“ merklich erhöhen. Der Marktforscher Gartner erwartet 2008 mehr als 5,2 Millionen verkaufter Geräte und rechnet 2009 weltweit mit 8 Millionen, im Jahr 2012 mit 50 Millionen Stück der kleinen Senkrechtstarter, die den Notebookmarkt geradezu explodieren lassen und bereits zu Verknappungen bei den benötigten Notebook-LCD-Panels führen. Netbooks verfügen über alle für die Internet-Nutzung erforderlichen Kommunikations-Schnittstellen und arbeiten mit neu entwickelten, besonders energiesparenden Prozessoren wie der Intel Ultra Mobile CPU „Centrino

liches Solid State Drive (SSD) mit 2 bis 16 GB Speicherkapazität oder durch eine eingesteckte Flashspeicher-Karte ersetzt. Für die Kommunikation stehen 10/100 Mbit LAN, 11/54 Mbit-WLAN, mehrere USB-2.0 Ports, MMC/SD/SDHC Card-reader und bei einigen Modellen Webcam, Memory Stick und PCI-Express Mini Card-Slots zur Verfügung. Die Vorteile der Kleinen liegen bei ihren geringen Abmessungen und dem niedrigen Gewicht bei günstigen Verkaufspreisen ab 199,- Euro aufwärts. Obwohl die meisten Modelle mit vollwertigen Betriebssystemen wie Windows XP Home oder Linux angeboten werden, sind die Ressourcen der Netbooks nicht für die Installation anspruchsvoller, speicherhungriger Software ausgelegt. Für die mobile Nutzung von Internet-Anwendungen sind sie jedoch perfekt ausgestattet und genauso wie normale Notebooks ideal für „Cloud Computing“ geeignet. Weil persönliche Dokumente und Daten dabei auf einer „Internet-Festplatte“ gespeichert werden, können

bei Diebstahl oder Verlust des portablen Rechners keine Daten verlorengehen oder in unbefugte Hände gelangen.

Wird Cloud Computing die Megabranchen?

Den bereits verfügbaren oder in Entwicklung befindlichen Anwendungen für Cloud Computing ist die Zielsetzung gemeinsam, den gesamten Desktop der Anwender ins Web zu holen. Anbieter wie iCloud, Cloudo, eyeOS, ajaxWindows, myGoya oder jooce arbeiten intensiv daran, den Internetbenutzern im Browser eine Arbeitsumgebung zur Verfügung zu stellen, die sich von einem auf dem lokalen Rechner installierten Betriebs-



Picnik ist ein Foto-Portal mit Fotobearbeitungs-Tools und der Möglichkeit zum Retuschieren von Fotos.



Photoshop Express ist mit Werkzeugen zur Fotobearbeitung ausgestattet. Auch die Umwandlung der Bilder in zahlreiche Formate ist möglich.



Live Mesh ermöglicht den Austausch von Inhalten zwischen Computern, Notebooks, Festplattenrecordern, Spielkonsolen und Smartphones.



Jooce bietet einen multilingualen, individuell konfigurierbaren Cloud-Desktop für File Sharing, Spielen, Kommunizieren und Organisieren und Speichern von Dateien.

system kaum unterscheidet. Software-Giganten wie Microsoft und Internet-Unternehmensriesen wie Google werden nicht abwarten, bis sie der neuen Entwicklung hinterherlaufen müssen, sondern sich selbst in diese Richtung bewegen. Die Gefahr, dass kapitalstarke Unternehmen mit proprietären Lösungen Monopole beim Cloud Computing errichten, ist geringer geworden, seit Microsoft den Versuch abgebrochen hat, mit dem bei Windows vorinstallierten Internet-Explorer und zu offenen WWW-Standards inkompatiblen Anwendungen das Internet zu dominieren. Das für Cloud Computing zu erwartende Marktvolumen ist gigantisch und einem neuen Öl-Boom gleichzusetzen.

Die Cloud Computing-Zukunft hat bereits begonnen

Viele Internet-User nutzen, ohne es zu wissen, bereits Cloud Computing-Anwendungen: so z. B. Internet-basierte „Webmail“ E-Mail-Clients, wie sie von „gmail“ (google), GMX, freenet, T-Online zur Verfügung gestellt werden, Internet-Banking mit einer vom Browser generierten Umgebung, Gaming- und Auktions-Portale und Internet-Storage Dienste. Der Blick auf einige, bereits verfügbare Cloud Computing Anwendungen besichert aufschlußreiche Erlebnisse:

„Photoshop Express“ und „Picnik“

Das online per Internet-Browser

nutzbare Photoshop Express ist mit wichtigen Werkzeugen für die Fotobearbeitung ausgestattet und ermöglicht die Umwandlung der Bilder in zahlreiche Formate sowie die Optimierung und Speicherung für Online-Veröffentlichungen. In sechs europäischen Sprachen bietet Picnik einen Service mit ähnlichen Funktionen mit der Möglichkeit zum Retuschieren von Fotos an. (www.photoshop.com/express/landing.html – www.picnik.com/app#/home/welcome)

„Jooce“ und „Adobe's acrobat.com“

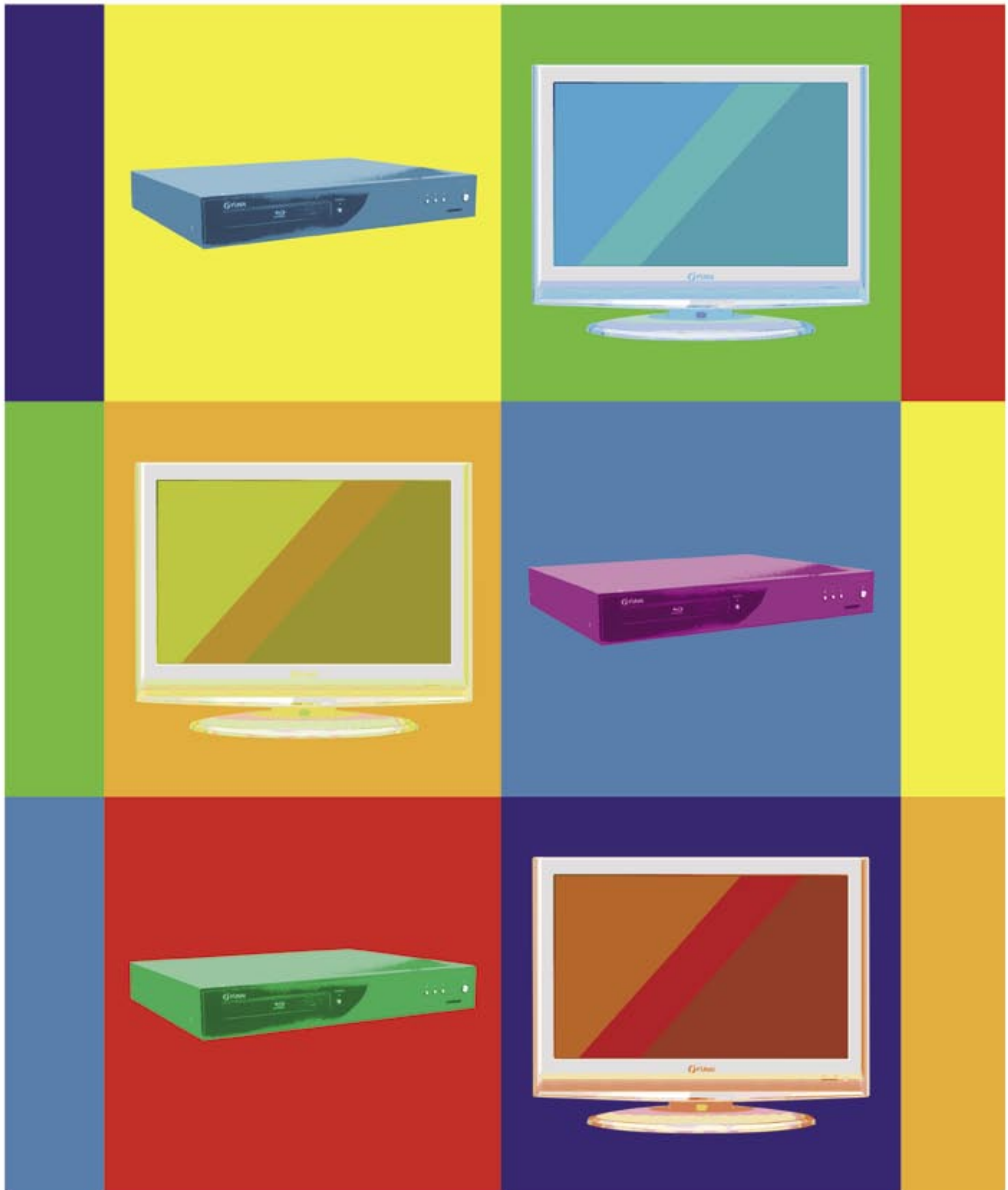
Das in Luxemburg beheimatete Jooce bietet einen multilingualen, individuell konfigurierbaren Cloud-Desktop für File Sharing, Spielen, Kommunizieren und das Organisieren und Speichern von Dateien. Bei Adobe's acrobat.com können Dokumente und Texte online in das PDF-Format umgewandelt, im Internet gespeichert und, falls gewünscht, für weitere Benutzer oder Zielgruppen freigegeben werden. (www.jooce.com – www.adobe.com/#/org/ManageBegin)

Microsoft „Live Mesh“

Live Mesh ermöglicht den Austausch von Inhalten zwischen Computern, Notebooks, Festplattenrecordern, Spielkonsolen und Smartphones und stellt 5 GB zur Verfügung, um Endgeräte miteinander zu verbinden und Daten zu synchronisieren. Mit „Mac“ und „MobileMe“ will Apple unterschiedliche Devices wie Mac-Desktop, Laptop, iPhone und iPod miteinander vernetzen. (www.mesh.com/Welcome/Welcome.aspx / www.apple.com/mobileme/)

„Google Docs“

Mit Google Docs können Textdokumente, Tabellen und Präsentationen online erstellt und so gespeichert werden, dass andere, vom Anwender autorisierte Benutzer von jedem Browser aus auf diese zugreifen können. Mit intuitiver grafischer Benutzeroberfläche ausgestattet, stehen auf Google Docs webbasierte Anwendungen zur Verfügung, die bisher nur mit Software-Installationen auf lokalen Rechnern verfügbar waren. (www.google.com/google-d-s/intl/de/tour1.html)



Bei uns sind die Geräte die Stars

IFA, Berlin

**Halle 3.2
Stand 123**



Kabelloses HDTV: Wirrwarr der Übertragungs-Systeme statt Kabelgewirr?

Der Umstieg auf hochauflösende Flach-TV-Geräte vollzieht sich in Deutschland und Europa mit hoher Dynamik. Ein wachsendes Angebot an Filmen und Videoprogramm-Inhalten in High Definition Auflösung wird von Zuspieldgeräten wie Blu-ray-Player und DVD-Player oder Settop-Box mit Upscaling-Funktion geliefert. In einigen Ländern senden TV-Stationen ihre Programme bereits im HDTV-Format oder bereiten den Wechsel auf das zukünftige hochauflösende Fernsehprogramm gerade vor. Signalverbindungen zwischen HDTV-Peripherie und Bildausgabegeräten wie Flach-TVs und Projektoren lassen sich jedoch bisher nur über HDMI-Kabelverbindungen herstellen.

Eine kabellose Übertragungsmöglichkeit für kopiergeschützte Video-Inhalte steht noch nicht zur Verfügung. Das liegt an der für High Definition Übertragungen erforderlichen Bandbreite und an dem Fehlen drahtloser Übertragungsprotokolle mit HDCP-Unterstützung (High-bandwidth Digital Content Protection). Die Hersteller von Unterhaltungselektronik haben sich mit dem Ziel der Entwicklung drahtloser HD-Übertragungs-Standards in zwei konkurrierenden Organisationen zusammengeschlossen: „Wireless-HD“ und „WHDI“. Die PC-orientierte IT-Industrie setzt dagegen weiter auf den zukünftigen WLAN-Standard 802.11n-(Draft), der Bandbreiten bis zu 300 MBit/s ermöglichen wird, allerdings aber bisher keinen Ansatz für die Unterstützung von HDCP beinhaltet.

WirelessHD

Zum Jahresanfang 2008 hat die „WirelessHD“ Organisation die Spezifikation 1.0 der WirelessHD Schnittstelle zur drahtlosen Über-

tragung von hochauflösenden Video- und Audio-Inhalten definiert. „WirelessHD“ wurde von den Elektronik-Herstellern Panasonic, Intel Corporation, LG Electronics Inc., NEC Corporation, Samsung Electronics Co. Ltd., SiBEAM, Inc., Sony Corporation und Toshiba Corporation gegründet: „WirelessHD LLC“ definiert sich als eine Interessengemeinschaft führender Ingenieure der Unterhaltungselektronik, deren Ziel die Erarbeitung von Spezifikationen für Schnittstellen und Protokolle der neuen drahtlosen Funktechnik zur Übertragung von High Definition Video- und Audio-Programminhalten und deren Durchsetzung als industrieweiter Standard ist. Auf der IFA 2008 wird Panasonic, Gründungsmitglied und einer der wichtigsten Akteure der WirelessHD Organisation, die neue Technologie anhand eines mit Wireless HD ausgestatteten Audio/Video-Systems den Messe-Besuchern demonstrieren. Erste Produkte mit der neuen Übertragungstech-

nik sollen gegen Ende 2008 oder Anfang 2009 auf den Markt kommen. Die WirelessHD-Technologie nutzt den 60-GHz-Frequenzbereich und bietet mit bis zu 4 Gbps die nach Stand der Technik höchste auf Funktechnik basierende Datenübertragungsgeschwindigkeit für Digitalgeräte. Wie beim HDMI-Kabel werden neben hochauflösenden Audio- und Video-Inhalten auch Kontroll- und Steuersignale für die verschiedenen Zuspield-Geräte übertragen. Die Bedienung aller Geräte kann mit nur einer Fernbedienung, von einem zentralen Gerät aus erfolgen.

WHDI

Um hochauflösendes Bild- und Tonmaterial kabellos von einem Gerät zum anderen übertragen zu können, wurde mit der „WHDI“-Initiative im Frühjahr 2008 durch Sony, Sharp, Samsung, Hitachi, Motorola und Amimon ein zweiter, mit WirelessHD konkurrierender Zusammenschluss gegründet, der ebenfalls dafür sorgen will,



WHDI soll HD-Video-Übertragungen mit Full HD-Auflösung unterstützen und Übertragungen durch Möbel oder Wände ermöglichen. WHDI könnte schon Anfang 2009 marktreif sein.

dass die drahtlose Übertragung von High Definition Video-Inhalten mittels WHDI-Technologie Realität wird. Das Wireless High Definition Interface soll unkomprimierte und verschlüsselte HD-Video-Übertragungen bis zur Full HD-Auflösung mit 1.920 x 1.080 Pixeln unterstützen. Die Ausrüstung aller Unterhaltungselektronik-Geräte mit einem solchen Übertragungsstandard würde den schwer zu verlegenden Kabelsalat ersparen und gleichzeitig die Verbindung aller beteiligten Komponenten auf komfortable Weise vereinfachen. Übertragungen durch Hindernisse wie Möbel oder Wände sollen mit WHDI kein Problem mehr darstellen. Laut WHDI könnte der Standard schon Anfang 2009 marktreif sein.

WLAN Standard IEEE 802.11n-(Draft) für HDTV-Streaming

Mit dem noch in Entwicklung befindlichen schnellen WLAN-Standard IEEE 802.11n-(Draft) sind schon zahlreiche aktuelle

Netzwerkprodukte ausgerüstet. Theoretisch lassen sich mit IEEE 802.11n-(Draft) 300 MBit/s kabellos übertragen. Ab einer Bandbreite von 200 MBit/s wird HDTV-Video-Streaming möglich. Solange sich aber der Kopierschutz HDCP nicht in diesen Übertragungsstandard integrieren lässt, können nur nicht kopier-



Belkin hat auf der CES 2008 ein „FlyWire HDMI Kit“ für 1.080p-Übertragungen im 5-GHz-Band vorgestellt, das in den USA im September, je nach Ausführung zum Preis von 600,- oder 999,- US-Dollar, auf den Markt kommen soll.

geschützte hochauflösende Video-Inhalte übertragen werden. An Produkten und Protokollen für HDTV Streamings per WLAN arbeiten zahlreiche Unternehmen, die auf der IFA proprietäre Lösungen wie WLAN Extender für Microsoft Vista, „Intensi-fi“ (Broadcom), Monster Wireless Digital Express HD System, MediaWiz HD, RangeMax NEXT (Netgear) oder die FlyWire Wireless HDMI Box von Belkin vorstellen werden.

Trends für den Fachhandel

Fortsetzung von Seite 3....

...hier die neu geschaffenen Standards wie DLNA. Nicht zuletzt sind die Hersteller gefordert, diese Techniken benutzerfreundlich zu integrieren“, so Dr. Drosdek, Geschäftsführer Brömmelhaupt. Insgesamt freut sich Drosdek über einen positiven Umsatzverlauf und erwartet ein Umsatzplus gegenüber dem Vorjahr. „Nach dem bisher erfreulichen Umsatzverlauf ist für das gesamte Jahr 2008 ein gutes zweistelliges Umsatzplus zu erwarten. Der Faszination der Technik und der Innovationskraft der Branche dürfen wir weiterhin vertrauen, wenn es um die Wachstumsaussichten der CE-Branche geht!“

Fred Pahl von EP:Pahl in Herzberg sieht ebenfalls wie seine Kollegen einen weiterhin guten Abverkauf von Flachdisplays, hat gleichzeitig jedoch auch große Bedenken bezüglich der zu erwirtschaftenden Gewinne.

Sinkende Margen

„Nach wie vor werden LCD- und in geringer werdenden Stückzahlen Plasma-TV zu den typischen Produkten in diesem Jahr werden“, so Fred Pahl. „Allerdings wird der zu erwartende Preisverfall zur IFA nachhaltig für einen Rückgang der Margen sorgen. Dadurch wird der seit Jahren nötige Versuch, Dienstleistungen rund um das Thema Ware auch zu

berechnen, überlebensnotwendig“, ist sich Pahl sicher.

Sichere Bank Mobilfunk

Ein weiterer und positiver Schwerpunkt wird aus Sicht von Fred Pahl das Thema mobile Daten. „Auf der richtigen Fährte sind alle Kollegen, die das Thema Mobilfunk nicht vernachlässigt haben. Die Konvergenz von Festnetz und Mobilfunk schreitet mit großen Schritten voran. Hier sorgen die Flatrates für den nötigen Schub, der Kunde hat keine Angst mehr davor, diese Dienste ohne Kostenfalle zu nutzen“, glaubt Pahl. In diesem Zusammenhang spielt die Weiterbildung eine wichtige

Rolle. „Hier ist das Thema Fortbildung gefragt“, prophezeit Fred Pahl. „Die klassische Röhre hat als Servicethema in der Werkstatt ausgedient. Der Service und die Dienstleistung beim Kunden vor Ort werden die Umsatzbringer sein, sind es auch schon längst. Die Vorbereitung der Digitalisierung der Empfangswelt ist auch für die Kooperationen eine Aufgabe, das zentrale Marketing auf diese Phase vorzubereiten. Hier soll sich der Fachhandel nicht das Heft aus der Hand nehmen lassen, das Thema Service am Kunden kann nun mal der Fachhandel besser und glaubhafter als die Großfläche. Hierzu gehören aber für den Fachhändler



Fred Pahl

als Hausaufgabe auch Fortbildung, Fortbildung,...“, mahnt Pahl.

Trend Heimnetzwerke

Bezüglich Heimnetzwerken sieht Pahl entgegen vielen seiner Kollegen die Stunde gekommen. „Ein Heimnetzwerk, das für den Kunden einfach funktioniert, rückt in greifbare Nähe. Loewe geht hier mit der Serie Connect in die richtige Richtung. Nun liegt es an uns, das nötige Wissen zu erlangen, um beim Kunden den Nutzenvorteil in Umsatz umzusetzen“, proklamiert der Herzberger Fachhändler. Der Trend zum höherwertigen Produkt ist überdeutlich. „Diesen kann man an den aktuellen GfK-Zahlen ablesen“, so Pahl. „Im Bereich LCD steigt der durchschnittliche Verkaufspreis kontinuierlich an.“

Spielekonsolen • Software • Games

Sony CEE: LittleBigPlanet – spielen, entwickeln, teilen

Kreativität gefragt

In den letzten drei Jahren haben sich Videospiele verändert. In Games wie EyeToy, SingStar oder Buzz! ist die aktive Mitarbeit gefragt, und echte Familienspiele wurden geboren. Jetzt bricht Sony Computer Entertainment erneut mit Traditionen und macht den Spieler in „LittleBigPlanet“ nicht nur zum Teil einer Geschichte, sondern lässt ihn zum Entwickler des Spiels selber werden.

LittleBigPlanet ist Stellvertreter für anwendergenerierte Inhalte und leitet eine neue Generation von Spielen ein. Es geht darum, Inhalte des Spiels anzulegen, während man es spielt.

Von der realen in die virtuelle Welt

Von der Modifikation der Spielfigur bis zur Gestaltung der Umgebung hängt alles von einem selber ab. Darüber hinaus lassen sich per EyeToy-Kamera Gegenstände aus der realen Welt aufnehmen und als Objekte in das Spiel transferieren. Sympathie-

träger und Ausgangspunkt jeder Geschichte ist Sackboy. Mit dieser putzigen kleinen Figur kann man herumlaufen, springen, Gegenstände aufheben und die Welt von LittleBigPlanet erkunden. Der Gamer ändert den Gesichtsausdruck und dessen Handlungen und kann so mit all den anderen kleinen Sackboys kommunizieren, denen man auf seinem Weg begegnet. Jeder Sackboy sollte so einzigartig sein wie derjenige, der ihn spielt – dies ist die erste Gelegenheit,

seine Kreativität auszuleben. Im weiteren Spielverlauf entdeckt man Dinge, sammelt Objekte oder löst Rätsel. Alle diese Aufgaben lassen sich alleine und im Team mit anderen meistern.

Alle Macht dem Spieler

Der Spieler hat die Macht, neue Objekte und ganze Spielorte zu entwerfen, zu formen und zu bauen. LittleBigPlanet ist kein komplizierter Level-Editor. Alles, was man braucht, um diese Welt zu gestalten, lernt der Spieler, während er sich in ihr bewegt. Kreativität ist Teil des Spiels, und das Spiel ist Teil des kreativen Schaffensprozesses. Jeder Spieler kann seine Welt so offen oder verschlossen halten, wie er will.



Mit dem Sackboy, der neuen Kultfigur von LittleBigPlanet, erkundet der Spieler nicht nur eine neue Welt, sondern erschafft sie während des Spiels selber. Per EyeToy-Kamera lassen sich auch reale Gegenstände aufnehmen und in das Spiel integrieren. Online können Dritte die Welten anderer Spieler erkunden.

KERNFAKTEN

- Erschaffen, was man will, und es mit anderen teilen.
- Anlegen einer personalisierten, unverwechselbaren Spielfigur.
- Entdecken eines Spieluniversums, das sich beliebig erweitern lässt.
- Online oder alleine spielen, als Wettkampf oder in Teamarbeit.
- Der Kreativität freien Lauf lassen und Spaß haben, ohne einen komplizierten Editor zu benutzen.
- Eine Online-Community mit Downloads von Media Molecule und anderen Spielern.
- Einlesen von Gegenständen mit der EyeToy-Kamera und Übertragen derselben als Objekte in das Spiel.

Microsoft: Mehr Flexibilität durch abnehmbaren Ziffernblock

X6 Gaming-Keyboards

Mit dem neuen Sidewinder X6 Keyboard bringt Microsoft eine Tastatur auf den Markt, die für anspruchsvolle Spieler konzipiert wurde, sich jedoch auch für den normalen Computereinsatz eignet.

Seit dem Wiedereinstieg in den Spielezubehörmarkt ist Microsoft bemüht, Produkte auf den Markt zu bringen, die hochwertig verarbeitet und auf die jeweilige Zielgruppe zugeschnitten sind. Das neue Sidewinder X6 Keyboard ist die Eingabemaschine für alle Gamer, denen normale Tastaturen

nicht robust und flexibel genug sind.

Abnehmbarer Zehnerblock

Der abnehmbare Zehnertastenblock ist eines der herausragenden Merkmale der neuen Tastatur. Diesen kann der Anwender nach Belieben rechts oder links anstecken. Im normalen Tastaturbetrieb arbeitet das Zehnerpad wie ein normaler Nummernblock. Im Spielbetrieb ist es ein programmierbares Macro-Pad. Hier können 90 Makros auf den Tasten pro Spiel

abgelegt werden, wobei sich zwei Spielprofile auf der Tastatur definieren lassen. LEDs zeigen den jeweiligen Modus an. Mit der automatischen Profilanpassung erkennt die Tastatur die laufende Anwendung und stellt das entsprechende Profil ein. Makros lassen sich während eines Spiels aufnehmen und per Software feintunen. Da viele Gamer

für den Spielbetrieb die Räume abdunkeln, ist das Sidewinder X6 mit einer in der Helligkeit frei regulierbaren Hintergrundbeleuchtung ausgestattet, so dass alle Tasten auch bei Dunkelheit gut zu erkennen sind. Die großflächige Handballenaufgabe sorgt für entspanntes Spielen. Das neue Keyboard ist ab Oktober für 79 Euro im Handel. www.microsoft.de

KERNARGUMENTE

- Ansprechendes, neues Design
- Abnehmbarer Ziffernblock
- Rote, stufenlos dimmbare Hintergrundbeleuchtung
- Multimedia-Kontrollen mit großem Lautstärke-Drehregler
- Makrofunktionen lassen sich während des Spiels aufnehmen.
- Cruise Control für permanente Bewegungsaktionen ohne zusätzliche Tastenbetätigungen
- Je 90 Makros für zwei verschiedene Spiele programmierbar



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



Molekular - Cocktails - Catering - Eventservice

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



Hoppel, Brutzel, Holldriöh

Es gibt ein schönes Blatt für Verleger, in dem Medienproduzenten ihren Anspruch auf Titelrechte bekanntgeben. Dieses Blatt ist eine Fundgrube für Sammler von Kuriositäten, und man kann darin entdecken, was den Medienkonsumenten demnächst bevorsteht, zum Beispiel von der Sat.1 SatellitenFernsehen GmbH: 27 Shows haben die Berliner Fernsehproduzenten angekündigt – und was für welche! „Aloha! Die Südseeshow“ klingt ja noch folkloristisch, fast so wie „Holldriöh! Die Alpenshow“. „Brutzel! Die Kochshow“ ist mir persönlich zu pfannenorientiert, und „Platsch! Die Piratenshow“ könnte ein Schlag ins Wasser werden. „Klingeling! Die Weihnachtsshow“ weckt Erwartungen ans Christkind, dem Lichtblick der kalten Jahreszeit, in der wir „Bibber! Die Wintershow“ erwarten können. Danach gibt es „Blüh! Die Frühlingsshow“, aber dann ist der Kalender von Sat.1 am Ende. Warum „Schwitz! Die Sommershow“ und „Sturm! Die Herbstshow“ nicht auf dem Programm stehen, versuchen wir zur Zeit zu recherchieren. Ein Glück, dass die Sat.1 Gruppe schon im Februar die HD-Übertragungen über Satellit abgeschaltet hat – für Sendungen wie „Aua! Die Ärzteshow“ reicht PAL allemal. Wir haben auch noch einen Vorschlag: „Aus! Die Abschaltshow“. Dann ist wenigstens Ruhe.



„Leben heißt in Beziehung sein.“ Lao Tse

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

Coaching als Kurzzeit-Begleitung ermöglicht Ihnen:

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

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

Geschäftsführer sucht herausfordernde Aufgabe in interessanter Branche

- Exzellente Berufserfahrung in Marketing, Vertrieb und General Management
- Tätigkeit für technische Markenartikel der Freizeitindustrie
- Erfolgreiches Turnaround Management
- Kenntnisse der Management-/Firmenkulturen in deutschen Familienunternehmen und in AG's, japanischen und amerikanischen Tochtergesellschaften
- Perfekter Kommunikator
- mobil

bietet seine Tätigkeit Unternehmen an, die gerne einmal tiefer in die Materie einsteigen möchten und ständig nach besseren Lösungen suchen.

Ich freue mich auf Ihre Gesprächsangebote mit folgenden Informationen: Branche, Größe des Unternehmens, Position und wichtigste Aufgaben. Vielen Dank.

Sie erreichen mich unter:
E-Mail: MV-Manager@gmx.de
oder mobil 0152 234 411 07

IMPRESSUM

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

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

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

Verlegerische Leitung:
Thomas Blömer, DGPh.

Objektmanagement: Franz Wagner

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

Text- und Bildbeiträge: Georg Reime

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

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

Vertrieb: Silke Gräbel

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

Druck: D+L Printpartner GmbH, Bocholt



PLUS X AWARD®

POS-MAIL
ist offizieller
Partner des
Plus X Awards

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

Erfüllungsort und Gerichtsstand: Ratingen.
Nachdruck nur mit schriftlicher Genehmigung und Urhebervermerk.
Es gelten die allgemeinen Geschäftsbedingungen für Zeitungen und Zeitschriften.

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

ISSN: 1615-0635



2008 Michael Laude and the Bose Corporate Design Center
2007 Chris Bangle and the Design Team BMW Group
2006 LG Corporate Design Center
2005 Michael Michalsky and adidas-Design Team
2004 Sergio Pininfarina and Pininfarina Design Team
2003 Frank Nuovo and Nokia Design Team
2002 Apple Industrial Design Team
2001 Festo Design Team
2000 Sony Design Team

AUSGEZEICHNET.



reddot design award design team of the year 2008

Mit der Auszeichnung des reddot design award: design team of the year 2008 nahm das Bose Corporate Design Center unter Leitung von Michael Laude am 23. Juni 2008 die höchste jährliche Ehrung der internationalen Designwelt für ihre kontinuierlich innovative Gestaltungsarbeit entgegen.

Mit dieser besonderen Auszeichnung würdigt die hochkarätig besetzte Fachjury des reddot design award eine Design-Philosophie, die als konsequenter Ausdruck der Technologie jedem BOSE® Produkt eine unverwechselbare Form und höchste Nutzerfreundlichkeit gibt.



Mitglieder des Bose Design Teams und das europäische Bose Management bei der Verleihung des reddot design award: design team of the year 2008

BOSE®
Better sound through research®

Schnellster Autofokus im Live View Modus*



α350



Die neue α350 von Sony mit schnellstem und natürlichem Autofokus im Live View Modus. Selbst im Live View Modus verfügt die α350 über einen äußerst präzisen und reaktionsschnellen Autofokus, der sicheres Fotografieren auch bei bewegten Motiven ermöglicht – weil jeder Augenblick zählt. www.sony.de/images



SONY



images like.no.other™